

Celestino Vaz Tomás Jone Joanguete

As mudanças para o jornalismo digital
na imprensa pública e privada
moçambicana: estudo comparativo dos
jornais Notícias e a @ Verdade

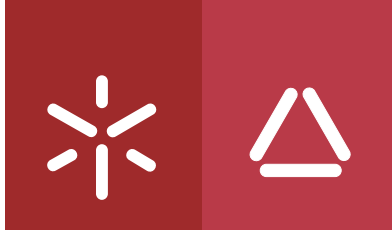


Universidade do Minho
Instituto de Ciências Sociais

Celestino Vaz Tomás Jone Joanguete

As mudanças para o jornalismo digital
na imprensa pública e privada
moçambicana: estudo comparativo dos
jornais Notícias e a @ Verdade

Esta Tese de Doutorado teve o apoio da Bolsa de Investigação com a referência SFRH / BD / 51456 / 2011, financiada por fundos nacionais do MCTES- Programa Ciência Global.



Universidade do Minho
Instituto de Ciências Sociais

Celestino Vaz Tomás Jone Joanguete

**As mudanças para o jornalismo digital
na imprensa pública e privada
moçambicana: estudo comparativo dos
jornais Notícias e a @ Verdade**

Tese de Doutoramento em Ciência da Comunicação
Especialidade em Media e Jornalismo

Trabalho realizado sob a orientação da
**Professora Doutora Maria Helena Costa
Carvalho Sousa**
e do
Professor Doutor Manuel Joaquim Silva Pinto

Nome

Celestino Vaz Tomás Jone Joanguete

Endereço electrónico

Celestino .joanguete@gmail.com

Telemóvel: 351 92 025 88 06

Título de residência nº: 46043RT53

Título da tese

As mudanças para o jornalismo digital na imprensa pública e privada moçambicana: estudo comparativo dos jornais Notícias e a @ Verdade

Especialidade em Media e Jornalismo

Orientadores

Professora Doutora Maria Helena Costa Carvalho Sousa

e

Professor Doutor Manuel Joaquim Silva Pinto

Ano de conclusão

2013

É AUTORIZADA A REPRODUÇÃO PARCIAL DESTA TESE APENAS PARA EFEITOS DE INVESTIGAÇÃO, MEDIANTE DECLARAÇÃO ESCRITA DO INTERESSADO, QUE A TAL SE COMPROMETE;

Universidade do Minho, ____/____/____

Assinatura: _____

Agradecimentos

À minha companheira e esposa Hortência Eugénio e as minhas filhas Shirley Joanguete, Inês Melany Joanguete e a Naira Cacilda Joanguete, aos meus pais Tomás Jone Joanguete e Antónia Jorge. Meus sinceros agradecimentos a Universidade Eduardo Mondlane por ter-me concedido a oportunidade de formação; a Fundação Ciência e Tecnologia, Programa Ciência Global pela bolsa de estudo; aos Professores Doutores Helena Sousa e Manuel Pinto; pela paciente orientação dada a esta tese, feita no meio de muitas dificuldades; aos Amigos Azevedo Nhantumbo e Marangaze Munhepe pelo estímulo e apoio; ao professor Marcos Palacio da Universidade Federal da Bahia, pelo fornecimento do material sobre a sua área de especialização; ao professor Ramón Salaverria da Universidade de Navarra pela indicação do repositório do seu material de pesquisa e investigação; ao professor Jorge Pedro Sousa, da Universidade Fernando Pessoa, pela consulta constante que o fazia: ao Director do Jornal *Notícias* pela autorização de realizar a pesquisa na instituição que dirige; ao Diretor do Jornal *@ Verdade* por ter-me autorizado a realizar a pesquisa no jornal; ao editor do jornal Savana; a Fundação Malonda, por ter-me ajudado na pesquisa na região Norte de Moçambique; aos professores e colegas do doutoramento; e a todos que contribuíram de forma direta ou indireta na concretização deste projeto.

Resumo

As mudanças dos media para o paradigma digital permitem atrair novas audiências no processo comunicativo, também alargam a base de audiência para as outras esferas sociais não alcançadas pelos media tradicionais.

No contexto moçambicano, não se pode abordar a questão das mudanças dos media sem a sua contextualização no continente, onde a situação da migração tecnológica e a sua relação com os media é profundamente influenciada pela problemática do analfabetismo, da literacia digital e da abrangência da ação comunicativa dos media com a sociedade multicultural e multilinguística. Por isso, a tese desenvolve uma análise que parte do questionamento da possibilidade de exploração das potencialidades da Internet e do telemóvel para alcançar as audiências nunca alcançadas pelos media tradicionais, tendo como objetivo explorar dois casos de jornais moçambicanos e descobrir os elementos característicos do jornalismo digital que permitem incluir no processo comunicativo a população rural.

A eventual parceria das empresas de comunicação públicas e privadas, particularmente, rádio, televisão e imprensa ajudaria na penetração dos media nas comunidades remotas, que não falam nem escrevem em língua portuguesa. Uma parceria inteligente em que se aproveita as potencialidades de cada um dos meios dos meios de comunicação social.

À luz das teorias de mudanças do jornalismo e do aproveitamento de alguns elementos característicos dos media digitais é possível encontrar algumas características que permitem o alargamento da audiência para as comunidades linguística e geograficamente marginalizadas que já dispõe do telemóvel como recurso de receção de conteúdos.

Assim sendo, os media de propriedade pública e privada são chamados a assumirem uma responsabilidade social acrescida dentro deste paradigma jornalístico em mudança, particularmente, inculturando-se e veiculando informações contextualizadas na realidade cultural, bem como inscrevendo na sua agenda de debates do interesse das comunidades multiculturais e multilinguísticas.

Palavra-Chaves: *Jornalismo digital, Moçambique, línguas nacionais, telemóvel e inculturação*

Abstract

The changes of the media for the digital paradigm allow them to attract new audiences in the communicative process and also enlarge the audience base for the other social spheres not yet reached by the traditional media.

In the Mozambican context, one cannot approach the subject of changes of media without its contextualization in the continent where the technological migration situation and its relationship with media is deeply influenced by the illiteracy problem, by digital literacy and by the media communicative comprising action within the multicultural and multilingual society. Therefore, the thesis develops an analysis starting by questioning the possibilities of exploring the internet potentialities and mobile phone to reach the audiences never reached before by the traditional media. In addition, intends to explore two Mozambican newspapers and to discover the characteristic elements of the digital journalism that can be included in the communicative process of the rural population.

The eventual partnership of the public and private communication companies, particularly, radio, television and press, would help in the penetration of the media in the remote communities that do not either speak or write in Portuguese language. Could be an intelligent partnership that would take advantage of the potentialities of each of means of the social means of communication.

On the light of journalism change theories as well as in the use of some characteristic elements of digital media, it is possible to find some characteristics that enlarge the audience for the linguistics and geographically marginalized communities that already have mobile phone as a reception resource of information.

Therefore, the public and private media are called to assume a social responsibility into this journalistic paradigm in change, particularly, into an inculturating and spreading contextualized information into the cultural reality, as well as in raising debates of the interest of the multicultural and multilingual communities.

Key words: *digital Journalism, Mozambique, national languages, mobile phone and enculturation*

Parte I

| | |
|-----------------|---|
| Introdução----- | 1 |
|-----------------|---|

Capítulo I: Justificação, objetivo e Metodologia

| | |
|---------------------------------|----|
| 1.1 Justificação----- | 10 |
| 1.2. Problema de estudo----- | 14 |
| 1.3. Perguntas de partida----- | 16 |
| 1.4. Objetivo de estudo ----- | 17 |
| 1.5. Aspectos metodológico----- | 18 |

Capítulo II- Os media em África e as mudanças tecnológicas

| | |
|---|----|
| 2.1. Os media africanos----- | 21 |
| 2.2. Telemóvel e o reforço da imprensa----- | 28 |
| 2.3. A emergência das TIC em África----- | 37 |
| 2.4. Atores africanos das TIC----- | 39 |
| 2.5. Investimento tecnológico e as barreiras de literacia digital----- | 51 |
| 2.6. Literacia digital e o fortalecimento do cidadão----- | 56 |
| 2.7. Antropologia dos media: a problemática das línguas e os media em África----- | 61 |

Capítulo III- Jornalismo moçambicano: do papel ao digital

| | |
|--|----|
| 3.1. Resenha histórica da imprensa moçambicana ----- | 79 |
| 3.2. Imprensa moçambicana no período pós-independência (1975-1990) ----- | 88 |
| 3.3. Nova Constituição da República de 1990----- | 91 |

| | |
|---|-----|
| 3.4. A mudança do cenário jornalístico----- | 95 |
| 3.5. Atual panorama mediático moçambicano----- | 98 |
| 3.6. Formação em jornalismo----- | 126 |
| 3.7. Sindicatos e associações profissionais----- | 134 |
| 3.8. Autoridade reguladora dos media ----- | 136 |
| 3.9. Política nacional das TIC:o impulso para os media digitais em Moçambique----- | 138 |
| 3.10. Jornalismo digital----- | 153 |
| 3.11. Os <i>Blogs</i> moçambicanos: primeiras plataformas de formação de opinião----- | 158 |
| 3.12. Presença dos moçambicanos nas Redes Sociais----- | 163 |

Capítulo IV: Quadro teórico e conceitual do jornalismo digital

| | |
|---|-----|
| 4.1. Década 90: abertura do novo campo de pesquisa em jornalismo digital----- | 171 |
| 4.2.Crise do jornalismo impresso e a migração para o digital?----- | 182 |
| 4.3. “Tecnofobia”: crítica ao mundo digital----- | 187 |
| 4.4. Jornalismo digital: rutura ou continuidade?----- | 188 |
| 4.5. Mudança sócio-organizacional das empresas jornalísticas----- | 201 |
| 4.6. Tipologias de jornalismo digital----- | 215 |
| 4.7. Readaptação de currículo de formação de jornalistas----- | 227 |
| 4.8. Ética no jornalismo digital----- | 236 |
| 4.9. Conclusão do quadro teórico----- | 239 |

Capítulo V- Elementos caraterísticos do jornalismo digital

| | |
|---|-----|
| 5.1. Arquitetura de informação----- | 243 |
| 5.2. Interatividade e participação----- | 258 |
| 5.3. Ubiquidade/----- | 278 |
| 5.4. Hipertextualidade----- | 279 |
| 5.5. Multimedialidade----- | 287 |
| 5.6. Instantaneidade ----- | 290 |
| 5.7. Memória----- | 292 |
| 5.8. Personalização de conteúdos----- | 595 |

PARTE II

Capítulo VI: Análise empírica dos jornais *Notícias e @ Verdade*

| | |
|---|-----|
| 6.1. Elementos de análise----- | 301 |
| 6.2. Análise do Jornal <i>Notícias</i> ----- | 303 |
| 6.3. Análise empírica do Jornal <i>@ Verdade</i> ----- | 329 |
| 6.4. Análise comparativa de resultados: Jornal <i>Notícias</i> e <i>@ Verdade</i> ----- | 349 |

Conclusão geral

Bibliografia

Anexos

Glossário

Índice de tabelas

| | |
|--|-----|
| Tabela nº 1: Estatística do uso da Internet em África----- | 47 |
| Tabela nº2: Número de usuários da Internet por língua----- | 64 |
| Tabela nº3: Falantes do português por provincia e cidade de Maputo----- | 115 |
| Tabela nº4: Comparação entre falantes de línguas bantus e português----- | 146 |
| Tabela nº5: Percentagem de cobertura de serviços de comunicação----- | 150 |
| Tabela nº 6: Temática de <i>blogs</i> moçambicanos----- | 160 |
| Tabela nº7: Declínio de venda de jornais no Reino Unido (2003-2013) ----- | 183 |

Índice de figuras

| | |
|---|-----|
| Figura nº1: Convergência de tecnologias ao telemóvel----- | 36 |
| Figura nº2: Cabos de conexão da Internet de Banda Larga em África----- | 47 |
| Figura nº3: Primeiro jornal de cariz operário----- | 84 |
| Figura nº4: Jornal O Africano----- | 86 |
| Figura nº 5: Tipologias de jornalismo digital----- | 219 |
| Figura nº 6: Ferramentas gerais de partilha de conteúdos para as redes sociais----- | 269 |
| Figura nº 7: Dispositivo móvel de receção de conteúdos noticiosos (<i>tablet</i>) ----- | 272 |
| Figura nº 8: Processo técnico de produção e distribuição de conteúdos digitais para multidispositivos----- | 274 |
| Figura nº 9: Fonte de retroinformação----- | 277 |
| Figura nº 10: Pesquisa de conteúdo no Jornal de Notícias----- | 317 |
| Figura nº 11: Espaço de comentário de notícia----- | 339 |
| Figura nº 12: Pesquisa de conteúdo no jornal @Verdade----- | 343 |
| Figura nº13: <i>Feed RSS</i> de ersonlização de conteúdos----- | 344 |
| Figura nº14: Triangulação da análise comparativa----- | 349 |

Índice de Gráficos

| | |
|--|-----|
| Gráfico nº1: Acesso aos serviços de telecomunicações em África----- | 32 |
| Gráfico nº2: Crescimento da telefonia móvel comparado com outras tecnologias----- | 33 |
| Gráfico nº3: Uso do <i>Facebook</i> em Moçambique ----- | 163 |
| Gráfico nº4: Uso do <i>Facebook</i> por idade e sexo----- | 164 |
| Gráfico nº 5: Presença de jornais na Internet por continente----- | 181 |
| Gráfico nº 6: Declínio da venda de jornais nos EUA (1990-2008)----- | 183 |
| Gráfico nº 7: Objetivos do ensino de jornalismo----- | 232 |
| Gráfico nº 8: Uso do <i>Feed RSS</i> ----- | 298 |
| Gráfico nº 9: Acessibilidade do Jornal <i>Notícias</i> ----- | 312 |
| Gráfico nº 10: Acessibilidade do jornal @ <i>Verdade</i> ----- | 317 |

Índice de Quadros

| | |
|---|-----|
| Quadro nº1: Primeiros jornais moçambicanos no período colonial----- | 82 |
| Quadro nº2: Lista de leis relevantes sobre a imprensa moçambicana----- | 100 |
| Quadro nº3: Jornais de produção via <i>fax</i> ----- | 103 |
| Quadro nº4: Perfil e propriedade de jornais moçambicanos----- | 104 |
| Quadro nº5: Modelo teórico de mudança organizacional----- | 202 |
| Quadro nº6: Tipologia de infografias digitais----- | 257 |
| Quadro nº7: Acessibilidade e navegação no Jornal <i>Notícias</i> ----- | 314 |

| | |
|---|-----|
| Quadro nº8: Comparação das potencialidades de Internet nos jornais <i>Notícias e @ Verdade</i> ----- | 332 |
|---|-----|

| | |
|---|-----|
| Quadro nº9: Comparação das potencialidades da Internet nos jornais <i>Notícias e @ Verdade</i> ----- | 349 |
|---|-----|

Acrónimos

AEJ- Associação de Empresas Jornalísticas

BNU- Banco Nacional Ultramarino

CIUEM- Centro de Informática da Universidade Eduardo Mondlane

CMC- Centros Multimédias Comunitário

CSCS- Conselho Superior para a Comunicação Social

DTIP- Departamento do Trabalho Ideológico do Partido

ECTIM - Estratégia de Ciência, Tecnologia e Inovação de Moçambique

EditMoz- Forum de Editores de Moçambique

FRELIMO- Frente de Libertação de Moçambique

INCM- Instituto Nacional das Comunicações de Moçambique

INE- Instituto Nacional de Estatísticas

ITU- União Internacional das Telecomunicações

MCEL-Moçambique Celular

MISA- Instituto de Comunicação Social da África Austral

MIT- *Massachusetts Institute of Technology*

OCDE- *Organisation for Economic Co-operation and Development*

ONJ- Organização Nacional de Jornalistas

ONU-Organização das Nações Unidas

RM- Rádio Moçambique

RSS- *Really Simple Syndication*

SAJA- *South Asian Journalist Association*

SNJ- Sindicato Nacional de Jornalistas

SOICO-Sociedade Independente de Comunicação

TIC- Tecnologias de Informação e Comunicação

TIM- Televisão Independente de Moçambique

TDM-Telecomunicações de Moçambique

TVM- Televisão de Moçambique

UNESCO- Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura

VODACOM-Empresa Moçambicana de Telefonia Móvel

PARTE I

INTRODUÇÃO

O discurso de mudança do jornalismo analógico para o digital ganhou o ponto mais alto na recente revolução informática, por volta da década 90. Em geral, a tónica dos investigadores desta área associa as mudanças do jornalismo ao ambiente político favorável para o desenvolvimento do pluralismo mediático, ao fluxo de informação, à presença das tecnologias nas redações e à mudança do plano curricular do ensino do jornalismo face a uma nova sociedade que demanda continuamente a informação.

As teorias de mudanças paradigmáticas no jornalismo levantaram sempre críticas, algumas favoráveis às transformações no jornalismo e outras contra qualquer tipo de mudança. Ou seja, por um lado posicionaram-se os defensores da continuidade do jornalismo clássico e, por outro, os da descontinuidade.

À luz das teorias produzidas até então sobre as mudanças no jornalismo, o trabalho dá ênfase a teoria de descontinuidade, cujo enquadramento assenta nos autores como Gattes (2005); Pavlik (2001) e Deuze (2006) e Meyer (2007). A novidade do trabalho é que analisa a presença dos elementos característicos do jornalismo digital nos media moçambicanos, questiona e procura encontrar potencialidades que permitem inculturar os novos media no processo de comunicação com a sociedade, como resposta ao atual problema do distanciamento dos media da sociedade.

O estudo parte do pressuposto de que existe um fosso de comunicação entre os media e a sociedade moçambicana. Tal fosso é originado pelas barreiras políticas, falta de recursos humanos adequados, problemas financeiros e a resistência a mudança dos gestores das empresas jornalísticas. Estes fatores têm implicações diretas na exclusão da maioria dos moçambicanos no acesso à informação, ao conhecimento e, inclusive ao debate público mediado pela comunicação social.

Com base nas ideias acima referidas suscita-se a pergunta de partida do estudo: Como aproveitar as potencialidades dos novos media, quer públicos quer privados para desenvolver novas formas de comunicação inculturada na realidade moçambicana? Tendo em conta que o grosso número da audiência nacional é composto por 89 por cento de falantes de línguas moçambicanas. (Censo, 2007).

Para contextualizar o problema, no primeiro momento o estudo percorre a história do jornalismo moçambicano desde a chegada dos portugueses a Moçambique, as peripécias das práticas jornalísticas durante o período da ditadura salazarista na colónia de Moçambique e termina com a independência de Moçambique em 1975.

O segundo momento começa de 1975 até 1990, período caracterizado pela apropriação e transformação dos media em instrumento de propaganda do regime marxista e comunista da FRELIMO. O estudo classifica este período de “ideologização” dos media, que teve o seu fim com a mudança da Constituição da República em 1990.

A terceira fase começa em 1990, com a proclamação da liberdade de expressão e da imprensa. Nesta fase, o estudo analisa o panorama do pluralismo mediático criado a partir da nova Constituição República e termina com atual cenário de mudança dos media analógicos para o digital.

Para analisar o jornalismo digital nos media públicos e privados foram escolhidos dois jornais: *Jornal Notícias e @ Verdade*. Para o caso do *Jornal Notícias*, o critério da escolha foi baseado na antiguidade no mercado de comunicação, pioneirismo na mudança para o digital e por ser um jornal de regime estatal, enquanto a escolha do *Jornal @ Verdade* foi feita no facto dele ter nascido no ambiente digital, uso das tecnologias de comunicação e Informação e a conquista de uma nova geração de audiência.

Além disto, escolha dos casos do estudo baseou-se na seleção de jornais impressos e com presença na rede digital. Outros fatores ponderados foram: para o *Jornal Notícias* devido à longa tradição histórica do jornal, pelo número de tiragem que ultrapassa os restantes jornais editados em Moçambique (25 mil exemplares diários), pela dupla edição (impresso e digital) e maior cobertura nacional. Quanto à escolha do jornal *@ Verdade*, é pelo facto de ser um dos jornais que introduziu desde 2008 uma nova forma de fazer o jornalismo: jornalismo participativo e próximo do cidadão e pelo facto d *@ Verdade* apresentar uma redação nativa do digital.

Ciente que a temática transversal de inclusão das línguas nacionais no novo cenário mediático caracterizado pela digitalização dos media, ainda está numa fase preliminar de implementação quer nos media públicos quer no privado. O ideal do trabalho é tra-

zer à luz alguns pontos fundamentais que permitirão uma mudança em função da audiência ostracizada.

No primeiro momento, contextualiza o problema das mudanças no jornalismo a partir do cenário africano, no qual a problemática da migração tecnológica é colocada como a base fundamental de transição do para o digital. Além disso, a questão da alfabetização digital e uso das tecnologias digitais como telemóveis são discussões que são colocadas no primeiro plano.

No segundo momento é relatada a história do jornalismo moçambicano nas suas três fases: colonial, da ideologização e do pluralismo mediático, que inicia com a Nova Constituição da República de 1990.

Terceiro momento descreve os elementos característicos do jornalismo digital e sua capacidade e revolucionar a forma de fazer o jornalismo, bem como das potencialidades que possui para o alargamento da esfera de audiência.

Finalmente, o quarto momento, faz análise empírica dos dados recolhidos do jornal Notícias e @ Verdade através da monitoria contínua das variáveis e o trabalho termina com uma conclusão geral, a qual faz uma análise pessoal de todo o estudo sobre as mudanças no jornalismo digital nos jornais públicos e privados moçambicanos.

Estrutura da tese

A tese é constituída por duas partes e seis capítulos interligados em torno da questão central, “As mudanças para o jornalismo digital na imprensa pública e privada moçambicana: Estudo comparativo dos Jornais *Notícias* e *@ Verdade*”. Sendo a primeira parte dedicada a apresentação da justificação, objetivos, questões metodológica, media em África e Moçambique, quadro teórico e conceitual do jornalismo digital e dos elementos característicos do jornalismo digital. A segunda parte apresenta a análise de dados empíricos recolhidos nos jornais *Notícias* e *@ Verdade* e as respetivas conclusões.

Parte I:

Capítulo I-Além do resumo e da introdução, o capítulo apresenta a justificação, os objetivos, as questões de partidas e a metodológica que guiaram a elaboração da tese. Todo o trabalho é inspirado nas metodologias específicas sobre o jornalismo digital propostas por Grossman (1994), Potter (1996), Deacon *et al.* (1999), Rost (2003), Palacios & Noci (2007), Reinard (2008) e Palacios (2011) e no modelo de análise crítica de conteúdos de Thurman & Herbert (s/d).

O argumento justificativo para elaboração desta tese alicerça-se na problemática da comunicação entre os media e a sociedade. Sendo assim, o ponto de partida começa com o estudo geral de mudança dos jornais para as plataformas digitais. Neste âmbito, foram definidos como objectos de estudo os elementos caraterísticos do jornalismo digital que concorrem para o alargamento da audiência.

Capítulo II-Dá um panorama geral da situação dos media e as mudanças tecnológicas em África. Aborda a questão da problemática da alfabetização e da literacia digital, situações que transformam o continente África num espaço de grandes desafios de integração na sociedade de partilha de conhecimento. Traz ao debate os estudos e ações levadas a cabo pela UNESCO e outro organismo das Nações Unidas sobre os esforços que estão sendo feitos para colocar as nações menos favorecidas na nova sociedade conectada pela Internet. O capítulo realça quatro pontos chaves: Os media e a sociedade, o papel do telefone móvel para a comunicação de massa, as tecnologias e as línguas nacionais.

Capítulo III-Além da abordagem sobre a Política Nacional das tecnologias e de inclusão digital, o capítulo dá uma visão geral sobre a penetração das tecnologias e o seu domínio pela população moçambicana. Além disto, apresenta uma resenha histórica do desenvolvimento da imprensa em Moçambique, desde o século XIX até 1990, altura da mudança da Constituição da República para o regime democrático até ao atual estágio de mudança para o digital.

Capítulo IV-Apresenta o quadro teórico, no qual apresenta abordagens em torno do jornalístico baseado na Internet. O ponto de partida do novo campo de jornalismo digital começa a artir da década de 90 até à atualidade. Este capítulo sintetiza os principais

debates e discussões em torno de mudanças paradigmáticas para o jornalismo digital. Para análise, convoca os autores como Gates (2005); Pavlik (2001) e Deuze (2006), Meyer (2007) e outros. O capítulo percorre a história do jornalismo digital, as inquietações e dúvidas em torno das transformações que este modelo de jornalismo está a provocar nas redações.

Este capítulo apresenta também algumas ideias dos processos transformacionais nas redações analógicas, a crise do jornalismo impresso, a rutura ou continuidade nas práticas jornalísticas, as mudanças estruturais e sócio organizacional e a reforma dos currículos de formação de jornalistas.

Capítulo V-Apresenta e descreve as funcionalidades dos elementos caraterísticos do jornalismo digital: a arquitetura de informação, a interatividade, a hipertextualidade, a multimedialidade, a instantaneidade, a universalidade, a memória e a personalização de conteúdos.

Parte II

Capítulo VI- Faz análise de dados empíricos recolhidos nos dois casos, *Notícias e Jornal @ Verdade*, no qual busca verificar a presença das características típicas dos media digitais que podem impulsionar o alargamento da audiência para as comunidades rurais que não falam nem escrevem em língua portuguesa. Por último faz-se uma análise comparativa dos dois casos e apresenta a conclusão geral.

CAPÍTULO I: JUSTIFICAÇÃO, PROBLEMA, OBJETIVO E METODOLOGIA

As discussões em torno das mudanças dos media para o ambiente digital ganharam força a partir dos meados dos anos 90, período a partir do qual se massificou a literatura académica em torno do jornalismo digital. (Deuze, 2006:17).

Deuze (2006) já notava uma certa tendência dos jornais caminharem para uma convergência, na qual combinavam a rádio, televisão, Internet e telefone num único suporte.

A partir da década de 90 os media mostravam sinais de reconfiguração e adaptação ao modelo de comunicação digital. No contexto académico abriam-se novos campos de pesquisas orientados para o fenómeno de digitalização dos media e seu impacto na sociedade, nas redações, na cultura, na política e na vida pessoal. (Deuze, 2006).

Os investigadores como McQuail (2003), Deuze (2006) e Salaverría (2010) reconhecem que os media e jornalismo clássico estão em processo de adaptação para novas formas tecnológicas de comunicação.

São inúmeros os estudos dos media digitais, que a partir de 1990 têm crescido graças a apropriação das tecnologias digitais pelas redações. De entre os melhores estudos configuram-se os de Bardoel & Deuze (2001), Madden (2007) bem como os de Thurman & Lupton (2008), todos relativos às ferramentas de multimedialidade.

Bob Metcalfe, no discurso proferido na abertura do *International Symposium On-line Journalism*, realizado em Abril de 2012 na Universidade de Texas Austin sintetizou o estágio atual do jornalismo digital ao afirmar que os media digitais e o modelo negócio de publicidade digital estão a crescer de forma exponencial nos anteriores dois últimos anos.

No contexto de África, não se pode falar dos media e do jornalismo africanos nos moldes atuais, porque anterior às independências a imprensa colonial estava ao serviço dos interesses da metrópole e da diáspora colonial. (Hohlfeldt, 2009).

O crescimento da preocupação pelos media e jornalismo africano iniciou numa fase bastante tardia. Kassé (2001) afirma que anterior aos anos 90 não existia uma preocupação de investigação em jornalismo, porque dominava na época o monopólio do Estado

sobre os media. Os sistemas políticos impunham ideologias orientadas a solidificação das independências, busca das identidades perdidas durante a dominação colonial e valorização das culturas nacionais.

Os regimes políticos africanos, na sua maioria, eram criticados por académicos africanos por não favorecerem a liberdade de expressão e de imprensa. Cresceu o sentimento de que os Estados africanos tinham o monopólio sobre os media e que deviam permitir a liberdade de expressão e o pluralismo mediático. Para isso, as academias reivindicavam um novo ambiente político favorável a participação do cidadão e do sector privado na política e no processo de desenvolvimento.

Com base na reflexão de Kassé (2001), entende-se que a relação dos regimes africanos com a democracia ainda era difícil. Hoje em dia, a implantação de regimes democráticos e a introdução dos conceitos de liberdade de expressão e de imprensa já está ganhar espaço nos países africanos. Estas mudanças do cenário político para as democracias participativas abrem caminho para uma nova etapa do jornalismo, a de promoção de cidadania participativa, a defesa dos direitos humanos e a fortificação das capacidades das empresas jornalísticas. Na sequência da última etapa, as academias africanas começam a se preocupar pela questão de formação e pesquisa em jornalismo.

Os recentes estudos sobre os media em África falam da existência de inúmeros centros de pesquisa de jornalismo em África. (Skjerdal, 2009). Um dos exemplos é o projeto *Highway África*, pertencente a *Rhodes University*, que focaliza os seus estudos e debates em torno da integração das redações e dos seus profissionais na Sociedade de Informação e na promoção da TIC orientada para o desenvolvimento dos media. (Banda, 2007).

A UNESCO tem desempenhado o papel de promotor, pesquisa e avaliação dos media africanos e abordagens sobre os media e a democracia, ou seja, o papel dos media na promoção dos ideais da democracia, divulgação dos direitos humanos e a participação do cidadão.

O desafio do atual estágio do jornalismo africano resume-se em três pontos fundamentais: liberdade de imprensa e de expressão, pluralismo mediático e independência dos órgãos de comunicação. Mabweazara (2011) acrescenta que uma vez ultrapassadas estas

fase de discussão académica da relação entre os media e a política, o próximo campo de discussão será o da digitalização dos media.

Sobre Moçambique, Hohlfeldt *et al* (2009) afirma que existe muito levantamento da história da imprensa colonial, desde o Século XIX e até à metade do Século XX. Segundo o autor a história da imprensa em Moçambique é a mais recente e mais produtiva em relação às demais colónias. O Censo (2007) veio demonstrar que apesar do progresso do pluralismo mediático no cenário moçambicano depois da nova Constituição da República de 1990, muitos media se expressam na língua portuguesa e direcionados para o nicho urbano constituído por 10 por cento da população moçambicana, que fala e escreve na língua portuguesa.

Academicamente são quase nulos os estudos específicos em torno do jornalismo digital em Moçambique. Existem vários relatórios divulgados sobre o assunto específico dos media em Moçambique, onde se destacam os seguintes: o relatório do Barómetro Africano de Media de 2009 sobre Moçambique; o relatório do MISA Moçambique sobre Acesso à Informação nas Instituições Públicas; o relatório da *Genderlinks*, intitulado *Tectos de Vidro: Mulheres e Homens nos Órgãos de Comunicação da África Austral*, e ainda um relatório sobre *Inclusão Digital em Moçambique*, com dados atualizados sobre o processo da integração das TIC no País.

No momento da entrega desta tese, na segunda metade de 2013, estão em curso processos de revisão da Lei de Imprensa e de preparação da Lei de Rádio e Televisão, por iniciativa do Governo e com a participação das organizações sócio profissionais dos media.

Já houve uma pesquisa preliminar sobre os indicadores dos media em Moçambique, intitulado *The Media Development Situation in Mozambique: A study Undertaken for UNESCO. Sector for Communication and Information*, de 2008, do Prof. Helgie Ronning; do Department of Media and Communication da Universidade de Oslo.

Ao estudar os elementos caraterísticos do jornalismo digital nalguns jornais moçambicanos, pode-se notar claramente que a multimedialidade oferece a maior potencialidade de entrega de produtos noticiosos às comunidades rurais, principalmente agora que a

taxa de penetração dos telemóveis como meio de receção de conteúdos alcançou o grosso número da população do interior que não fala nem escreve em língua portuguesa.

1.1. Justificação

Desde o início do jornalismo em Moçambique no período colonial até a atualidade, o sistema mediático nunca foi inclusivo na sua relação com a sociedade. A comunicação jornalística servia as elites coloniais provenientes da metrópole. Depois da independência nacional em 1975 o jornalismo passou a servir os interesses ideológicos do regime político instalado, o da ideologização da massa.

A partir de 1990, o cenário mediático mudou em termos políticos legais. Houve mais liberdade de expressão, da imprensa e inclusive impulsionou o surgimento de maior pluralismo mediático. Mas o problema da comunicação mediática com a sociedade não era abrangente.

Magaia (1994) tenta dar uma visão holística do problema começando a partir do período colonial. O autor analisa o problema do ponto de vista das ideologias subjacentes no modelo de jornalismo colonial. Ainda explica que mesmo no período colonial não se podia falar da liberdade de expressão e de imprensa nos moldes atuais. A legislação da época colonial colocava todo o tipo de obstáculos ao exercício destas liberdades. O autor aponta por exemplo o decreto nº 22.469 de 11 de Abril de 1933 como o marco que instituiu a “censura prévia” nas colónias portuguesas, cuja ação incidia sobre todo o tipo de publicações, as quais deveriam ser submetidas a um escrutínio prévio em todos os seus aspectos, incluindo matéria informativa, anúncios publicitários e fotografias, (Magaia, 1994: 39).

Magaia (1994) explica que o desencadeamento das primeiras manifestações nacionalistas nos anos 1940-1950 despertando a consciência popular para a independência, as autoridades coloniais portuguesas reforçaram o seu poder repressivo apertando ainda mais o controlo sobre os media. Rocha (2000) e Sousa (s/d) concordam com este ponto de vista que associa a censura do período colonial com o regime ditatorial de Salazar, cujo efeito se fazia sentir nas colónias portuguesas.

As perspetivas de abordagens de Magaia (1994), Rocha (2000) e Sousa (s/d) não apresentam nenhuma divergência histórica sobre a censura, antes pelo contrário elas estão

enquadradas em campos de abordagem diferentes mas com pontos em comuns e possibilidades de conexão.

Pelo relato de Magaia (1994:49), além de censura dos jornais existentes, o regime colonial tinha outras formas de controlo e censuras, baseadas na compra dos jornais pelos poderosos interesses económicos, que passaram a assumir posições maioritárias na estrutura acionista da principal imprensa em Moçambique. O autor dá exemplo particular do *Jornal Notícias*, que passou a ser controlado pelo Estado colonial através do capital do Banco Nacional Ultramarino (BNU). Mas este modelo de censura não abrangia os outros jornais que não tinham a participação de empresas financeiramente poderosas.

Um dos mais antigos jornais de Moçambique que atravessou grande parte das turbulências do regime de Salazar foi o jornal *Noticias*. O jornal foi fundado em 1926, e só em 1967 foi comprado pelo Banco Nacional Ultramarino, um banco privado que tinha sido contratado pelo Banco de Portugal para desempenhar as funções de Banco Central na colónia de Moçambique. De igual modo, o jornal *A Tribuna*, fundado em 1962, passou no ano seguinte a pertencer ao mesmo grupo do *Diário de Moçambique*, com sede na cidade da Beira. (MISA-Moçambique, 2010).

No período pós-independência, 1975, a imprensa desempenhou o papel estratégico, do ponto de vista político, sobretudo porque assumiu a agenda política e revolucionária no processo de mobilização do povo para as tarefas da reconstrução nacional. A FRELIMO, então partido único, estabeleceu controlo estatal sobre todo o sector da comunicação social, através do Ministério da Informação. Este ministério estava, por sua vez, sob alçada direta do Departamento do Trabalho Ideológico do Partido, DTIP. (MISA-Moçambique, 2010). Neste período, a separação entre o Estado e o partido FRELIMO era totalmente inexistente e os meios de comunicação social dentro deste quadro não eram vistos pelo cidadão como plataformas de comunicação social no verdadeiro sentido de mediação.

O sistema político impunha a sua autoridade sobre os órgãos de comunicação social. O controlo cerrado era feito de forma direta nas redações. Vivia-se uma situação em que todos eram impelidos a assumir a ideologia política e reproduzi-las mimeticamente.

O principal evento realizado pelo partido no poder, em todo o período pós-independência, no campo dos media, foi o *I Seminário Nacional da Informação*, realizada em Setembro de 1977 em clima de grande euforia revolucionária. Este foi um seminário histórico, pelos novos conceitos que levantou sobre os media e, sobretudo, pela ação de orientação da imprensa para o serviço da ideologia política do partido único, (Magaia, 1994: p.44).

Qualquer tentativa de crítica ao regime era considerada um crime que prejudicava os objetivos da luta de libertação nacional, de dividir e de semear e de atentar contra o Estado (Magaia, 1994).

Quanto aos responsáveis editoriais dos órgãos de comunicação social esperava-se que eles fossem pessoas ideologicamente conformadas e que se identificassem com os propósitos da FRELIMO. (Magaia, 1994). A conformidade política era um dos critérios para a sua nomeação ao cargo de direcção de um órgão de comunicação. Nesse quadro, questões de natureza económica ligadas aos media, tais como a necessidade de assegurar uma comunicação articulada com os valores culturais dos moçambicanos não estava fora do plano estratégico das empresas de comunicação.

Nos anos 1980 alguns responsáveis editoriais começaram a encarar a não interferência direta do partido nas atividades jornalísticas. Aos poucos, o sistema de controlo passou a revestir-se de uma nova forma de controlo ideológico, baseada em “conselho editorial” que reunia semanalmente todos os diretores e chefes de redacção dos órgãos de informação, sob presidência do Ministro da Informação. Neste Conselho Editorial era definida a visão editorial através da qual todos os media deveriam abordar os principais assuntos nacionais e internacionais da actualidade de acordo com os interesses do poder instituído, (MISA-Moçambique, 2010).

Já em 1990, quando foi aprovada a primeira Constituição da República do regime democrático, a questão do pluralismo político e o princípio da liberdade de imprensa e de expressão tornaram o sector dos media aliviado do controlo do Estado. A questão da liberdade de imprensa e de expressão era fundamental num país que era antes dominado por um único partido político e meios de comunicação social politizados e controlados pelo Estado.

Como observa Magaia (1994), referindo-se à liberdade de imprensa e de expressão, a consagração do princípio do “direito do povo à informação” pela Constituição de 1990, longe de constituir uma iniciativa do poder político instituído, ela resultou da luta da classe jornalística moçambicana pela conquista da liberdade de imprensa.

Um dos momentos mais decisivos da luta dos jornalistas pela liberdade de imprensa foi assinatura de uma petição ao governo, por parte de mais de 170 jornalistas, em Fevereiro de 1990, exigindo que a nova Constituição, então em discussão, incluísse artigos que consagassem os direitos dos cidadãos a uma informação completa e verídica e o direito de se expressarem livremente através dos órgãos de Informação. Este princípio estava omissa no anteprojecto de Constituição posto a debate público pelo Governo. (Magaia, 1994: 136 e Ronning, 2007).

O “abaixo-assinado”, verdadeiro manifesto da liberdade de imprensa de matriz liberal, continha os mais importantes princípios que iriam, mais tarde, dar forma à Lei de Imprensa moçambicana, sobre a independência editorial; o direito de acesso à informação na posse de entidades públicas; o dever da observância do segredo de justiça e do respeito à vida privada; o recurso ao direito de resposta e ao tribunal (Lei de imprensa, 1991).

Apesar da conquista da liberdade de imprensa em 1991, a política linguística nacional no sistema de comunicação dos media com a sociedade continuava um tabú. A Constituição da República assumia apenas a língua portuguesa como a língua oficial e fator de unidade nacional. As demais línguas nacionais foram totalmente ignoradas em qualquer processo oficial de comunicação.

Recorrendo a Cossa (2011: 708) quanto à importância das línguas nacionais, ele afirma que “a língua faz parte da cultura” e em certas sociedades ela identifica um povo e incorpora o “estar das coisas sobre si”. Essas afirmações do autor criticam, implicitamente, a exclusão das línguas nacionais na comunicação do povo.

Tem havido pequenos progressos no cenário da valorização das línguas faladas pela maioria dos moçambicanos, mas a maioria ainda está relegada para fora do plano de políticas públicas, elas estão interditas quer no sistema de educação quer no sistema mediático em detrimento da língua portuguesa.

O campo de estudo designado “antropologias dos media” tem chamado a atenção para a questão do uso de novos meios tecnológicos de comunicação como ótimas ferramentas de construção das representações culturais dos povos. Elas permitem a democratização da informação, dão a liberdade de formação de grupos de interesses no ciberespaço, permitem a troca de opinião e participação em fórum virtuais de formação de opinião.

A problemática da inculturação dos media e inclusão das línguas nacionais na comunicação continua sendo um problema nas três fases do jornalismo moçambicano. Ainda mais, seria extemporânea a manutenção de um texto constitucional que tenha a língua portuguesa como a língua oficial. Esta bordagem exige o repensar das políticas públicas sobre as línguas nacionais, não só nos media, mas também no sistema nacional do ensino e na cultura.

1.2.Problema do estudo

“As mudanças para o jornalismo digital na imprensa pública e privada moçambicana: Estudo comparativo dos Jornais *Notícias* e *@ Verdade*” é um trabalho que resulta da observação da deficiência histórica do papel dos media moçambicanos na sua relação com a sociedade moçambicana. O problema remonta o período da colonização portuguesa em Moçambique e transitou nas suas três fases históricas sem ser resolvido, nomeadamente: a fase colonial, o de instrumento do Estado e o de pluralismo mediático.

Na fase colonial os media caracterizavam-se por um jornalismo feito de/para a comunidade portuguesa em Moçambique. A evidência dos factos mostra que a maioria dos jornais estava mais preocupada em abordar assuntos políticos relativos à metrópole colonial, Ronning (2007) e Shaw (2009). De modo geral, era um jornalismo de ação política.

A fase do instrumento do Estado, a que se seguiu após a independência de Moçambique no dia 25 de Junho de 1975, precisamente depois do III Congresso do partido Frelimo, os media foram transformados em instrumentos de propaganda política (Ronning, 2007). Os jornais, as rádios e as revistas eram vistas como ferramentas de “defesa dos interesses nacionais, de transmissão de ideologias e de um importante elemento de luta contra o capitalismo e imperialismo” (Chichava & Pohlmann, 2010: 127-128).

A fase de pluralismo mediático começa na altura de transição para as democracias multipartidárias, pluralistas e liberal de 1990, através da Lei de imprensa 18/91, sobre a

liberdade de imprensa. (Chichava & Pohlmann, 2010). A Lei paradigmática advogava uma série de liberdades e garantias individuais e dos cidadãos se exprimirem livremente e de criar uma imprensa independente, não sujeita ao controlo do Estado.

Em todas transições históricas a audiência sempre esteve limitada a uma classe alfabetizada e concentrada nas grandes urbes, mas a grande maioria da população moçambicana vive no ambiente rural, sem nenhuma alfabetização e contato com a sociedade aberta e excluída em todos os processos, sociais, políticos e económicos do país. Além disto, acresce-se outro problema transversal, a questão da inclusão no processo de comunicação medi das línguas moçambicanas, que representam 89% da população geral que não fala, não escreve e nem lê em língua portuguesa. (Censo, 2007).

O receio da transição do problema para o terceira fase em curso, o da digitalização dos media, a tese surge para refletir sobre a possibilidade de uma parceria entre as empresas públicas e privadas de comunicação no alargamento da audiência para as comunidades rurais através do uso das potencialidades tecnológicas do jornalismo digital.

Na problemática de inclusão das línguas nacionais, o sector da educação já iniciou desde 2003 a promoção do ensino bilingue no currículo escolar, no mesmo nível de igualdade com a língua portuguesa falada por 10% da população moçambicana (Censo, 2007). Apesar de não existir uma política pública em relação às línguas nacionais, o ensino bilingue está a trazer melhorias no aproveitamento escolar das crianças. (Ngunga 2011).

Outro passo importante foi dado pela Associação dos Músicos Moçambicanos que tem incentivado o uso das línguas nacionais na expressão musical. Tal iniciativa, não só vai ajudar os músicos nacionais na divulgação das suas músicas em línguas nacionais, mas vai contribuir na valorização da cultura e línguas moçambicanas.

No sector dos media, o assunto das línguas nacionais continua a ser um tabú. Trata-se de uma matéria que não é discutida com regularidade quer com os gestores dos media quer nos círculos académicos de formação de jornalistas.

Já na terceira fase de jornalismo moçambicano, o de digitalização dos media, os gestores dos jornais públicos e privados ainda não colocam a problemática das línguas moçambicanas nas suas agendas de desenvolvimento e expansão institucional. Característi-

ca geral quer para os jornais públicos quer para os privados é o uso exclusivo da língua portuguesa como a língua dos media. Deduzindo a partir dos dados do Censo (2007), 89% de moçambicanos serão os próximos “infoexcluídos” e uma minoria composta de 11% da população moçambicana se beneficiará do digital.

Chegado ao fim desta explicação, a questão que se coloca como problema é? Como vai ser o papel dos media moçambicanos digitais, públicos e privados, para a inclusão da maioria de audiência não alcançada pelos media tradicionais?

Diante da nova realidade caracterizada pela digitalização dos media, produção de conteúdos, distribuição de conteúdos jornalísticos em multiplataformas digitais, interatividade e participação do usuário, os media públicos e privados não se esclarecem quanto ao seu papel social de comunicação nem se definem quanto ao rumo a tomar nesta fase de grandes mudanças.

1.3. Pergunta de partida

Face ao problema acima constatado, algumas comunidades moçambicanas estão se apropriar de tecnologias básicas de comunicação que revelam uma grande potencialidade de serem aproveitados pelos media. Exemplo disto é o telemóvel que tem uma taxa de penetração muito elevada, graças à acessibilidade do seu preço e da sua aprendizagem descomplexificada. Então, desperta uma atenção especial a relevância da tecnologia móvel como meio de recepção de conteúdo e de comunicação num país onde há problemas de alcançar a audiência rural.

Por isso, o estabelecimento dos media que usam as línguas nacionais nas suas mensagens seria uma demonstração de soberania. Além disso, ajuda a desenvolver e a estimular o sentimento de identidade cultural entre as novas gerações e, consequentemente desempenhar o papel importante no processo de produção de conteúdos contextualizados na realidade local.

O presente estudo pretende lançar um percurso de análise, direcionando especial atenção para o papel dos media públicos e privados na sociedade multicultural e multilíngua, com base na seguinte pergunta de partida: Como é que os media digitais moçambicanos podem explorar as suas potencialidades decorrentes da emergência da Internet e do telemóvel para alcançar as audiências rurais?

Apesar de crescentes estudos da cultura africana e os novos media baseados na Internet (Geribault, 2010), as ciências sociais lançam o desafio de inclusão da diversidade linguística africana no ciberespaço. A resposta da pergunta de partida será dada ao longo do desenvolvimento da tese.

Mas a pergunta principal invoca outras perguntas transversais de carácter mais operacionais como:

- Como é que o continente africano e suas políticas públicas respondem aos desafios tecnológicos que impulsionam a criação de jornalismo digital inculturado?
- Qual é o percurso histórico do jornalismo moçambicano até a digitalização?
- Quais são as grandes reflexões académicas em torno do jornalismo digital?
- Quais são os elementos característicos do jornalismo digital e como é que funcionam?
- Quais são as potencialidades técnicas dos jornais digitais públicos e privados que permitem o alargamento da audiência para as populações rurais que não falam nem escrevem em língua portuguesa?

1.4. Objetivo do estudo

Explorar dois casos de jornais digitais moçambicanos, um de regime de propriedade pública e outra privada, de modo a descobrir os elementos característicos do jornalismo digital que permitem competitividade e articulação com audiência marginalizada da sociedade.

Mais do que estudar o jornalismo digital em si, a tese alarga o campo de pesquisa para a problemática transversal da inculturação dos media na sociedade moçambicana, de modo a encontrar as tecnologias mais simples que permitem o desenvolvimento sustentável de comunidades marginalizadas pelos medias tradicionais.

O estudo parte das teorias científicas de mudanças no jornalismo para resolver o problema de desenvolvimento dos media e de acessibilidade de informação para as comunidades. A ideia é tentar levar as teorias globais de mudança dos media para que tenham impacto nas comunidades, no processo de comunicação, na sua forma de produção e distribuição de conteúdos.

No campo empírico, a tese parte da observação, levantamento e análise dos elementos característicos dos media digitais, de modo a encontrar um ou mais que permitam alcançar as audiências anteriormente marginalizadas pelos media tradicionais.

Sendo o jornalismo digital uma nova abordagem de carácter global, o trabalho encontra o seu enquadramento nos principais estudiosos como Pavlik (2000); Bastos (2000), Bardoel & Deuze (2001); Salaverría (2001); McQuail (2003); Meyer (2007), Canavilhas (2007) e Zamith (2008).

Na abordagem sobre as línguas nacionais, o estudo convoca os linguistas africanos e moçambicanos como Blake (1992); Nwosu (2005); Blankson (2005); estudos da UNESCO (2005) sobre as línguas minoritárias; Abolou (2010); Ngunga (2011); Cossa (2011), Mabweazara (2011).

A verdade é que o panorama linguístico africano, inclusive o moçambicano, configura-se de forma mais heterogênea do que supõe os estudos feitos até então sobre as línguas africanas. Abordar a questão do estabelecimento das línguas africanas no ciberespaço de comunicação torna o assunto mais complexo ainda, dado que isto implica uma série de iniciativas técnicas e de massificação dos alfabetos em línguas autóctones.

Face a este debate, a proposta de pluralismo linguístico nos media é uma das vias para o reforço da competitividade da indústria dos media moçambicano e maior inclusão das culturas nacionais no processo de comunicação.

Ao estudar os elementos característicos do jornalismo, a reflexão visa encontrar os elementos aceleradores do desenvolvimento dos media face à preocupante situação de abrangência de audiência.

1.5. Aspetos metodológicos

A natureza do presente trabalho e dos objetivos formulados sugerem aplicação do itinerário metodológico baseado no paradigma qualitativo, baseado na interpretação do fenómeno da digitalização dos media.

Para o estudo de casos, o trabalho inspira-se na metodologia sugerido por Yin (2009), segundo a qual a análise de conteúdos é feita na base das seguintes interrogações:

quem? o que?, onde? E porque? Com vista a obter resposta ao problema do nosso estudo de caso, o quem? corresponde aos jornais escolhidos para a recolha de dados (Jornal Notícias e @ Verdade), o que? São os elementos característicos do jornalismo digital (arquitetura da informação, interatividade, hipertextualidade, instantaneidade, memória, personalização de conteúdos, multimedialidade e ubiquidade) e o porque? corresponde a finalidade para qual se pretende alcançar com o estudo.

Em Deacon *et al.* (1999), a análise de conteúdo pressupõe a elaboração de uma grelha que permite a sistematização e observação de dados empíricos. Para a operacionalização deste processo, os dados empíricos são analisados com base na grelha de análise de Zamith (2008), que avalia cada item dos elementos característicos do jornalismo digital e a sua função no jornalismo digital.

Dado que o jornalismo praticado na Internet estar em constante mudança, propõe-se uma espécie de monitoria contínua designada *Regular-Interval Content Capturing* (RICC), baseada na monitoria e coleta contínua de conteúdos em estudo. (Kautsky & Widholm, 2008:85)

Neste contexto, a monitoria dos conteúdos dos jornais *Notícias e @ Verdade* foi realizada no período que parte de Novembro de 2009 até Dezembro de 2012, nos quais foram escrutinados cada um dos elementos característicos do jornalismo digital.

Espanha (2009:267) ajuda a esclarecer neste processo de análise de conteúdos que a metodologia dá resposta ao fenómeno emergente associado às novas tecnologias no jornalismo, porque as mudanças no fenómeno digital são instantâneas e voláteis Esta forma de observar o fenómeno enriquece mais o estudo e permite observar detalhadamente as variáveis do fenómeno.

Tanto Deacon *et al.* (1999) como Kautsky & Widholm (2008), bem como Espanha (2009) são esclarecedores quanto à necessidade de uma metodologia específica para análise do jornalismo digital. Primeiro por se tratar de um novo fenómeno e segundo para não incorrer ao risco de usar as metodologias clássicas que podem induzir às conclusões incorretas.

O Guião de análise de conteúdos de Palacios & Noci (2007) intitulado *Ciberperiodismo: métodos de investigación* serviu para clarificar cada um dos passos que devem ser

seguidos para análise do fenómeno digital nos jornais. Mais uma vez, os autores recomendam a aplicação de questionário para a extração de novos dados complementares, que não são possíveis de obter através da grelha de análise de conteúdo.

Palacios & Noci (2007) propõem que se analisem seis variáveis: a hipertextualidade; a multimedialidade; a interactividade e participação, a temporalidade, a memória e a personalização de conteúdos

A técnica de recolha de dados é baseada na grelha de Zamith (2008), que sintetiza os aspetos referidos por Palacios & Noci (2007) e quantifica as variáveis de análise. Zamith (2008) atribui pontuação a cada variável de análise de jornais digitais que vai no intervalo de 0 a 1. De acordo com o autor, cada uma das variáveis, ou seja, os elementos característicos da Internet recebem uma pontuação percentual distribuída de seguinte modo: Interatividade (25%), hipertextualidade (20%), multimedialidade (12%), instantaneidade (12%), ubiquidade (4%), memória (12%) e personalização (12%).

A técnica de recolha de dados de Zamith (2008) é complementada com outras duas:

- i) Recolha das evidências nos jornais *Notícias e @ Verdade* período compreendido entre 2009-2012;
- ii) Duas entrevistas não estruturadas: uma ao técnico da informática do jornal *Notícias* e a outra ao diretor executivo do jornal *@ Verdade*.
- iii) Entrevista não estruturada aos régulos, jornalistas, pessoas singulares e delegados províncias do jornal Notícias, Rádio Moçambique e Televisão de Moçambique nas províncias de Niassa, Cabo-Delgado e Maputo-província.

À luz do modelo de estudo de caso de Yin (2009) e de análise de conteúdo proposto por Palacios & Noci (2007), o estudo incidiu na análise das seguintes categorias: arquitetura da informação, Interatividade e participação, ubiquidade, hipertextualidade, instantaneidade, memória e personalização de conteúdos.

CAPÍTULO II: OS MEDIA EM ÁFRICA E AS MUDANÇAS TECNOLÓGICAS

2.1. Os media africanos

Este capítulo aborda a questão da apropriação das ferramentas informáticas e de comunicação em África como fator fundamental de abertura para o desenvolvimento dos media e do jornalismo. O objetivo do capítulo é responder a seguinte pergunta: Como é que o continente africano e as suas políticas públicas respondem aos desafios tecnológicos que impulsionam a criação de jornalismo digital inculturado?

Antes de responder à questão é importante começar por discutir o problema dos media africanos. Em seguida, abordaremos a questão das tecnologias básicas como computador e Internet e sua importância para o desenvolvimento social e económico do continente, depois segue toda a reflexão subsequente derivada delas como, por exemplo, as barreiras da alfabetização tecnológica enfrentadas pela maioria das comunidades africanas, as potencialidades de telemóveis na comunicação de massa.e por fim a problemática de inclusão das línguas africanas nos processos de comunicação social.

As mudanças políticas na nova ordem mundial, o desenvolvimento das tecnológicas como fator de desenvolvimento, o comércio internacional, a globalização e o mercado financeiro estão a criar novas alianças de sobrevivência africana. Graças ao papel da União Africana (UA), tem crescido a coordenação de políticas comuns de desenvolvimento, particularmente nas áreas das infraestruturas de telecomunicações e de redes de comunicação intracontinentais.

Em termos gerais, a comunicação em África merece um tratamento especial nas agendas políticas africanas, quer para o desenvolvimento económico quer para a inclusão do cidadão nos processos democráticos em curso.

Na área de comunicação, os jornais tendem a concentrar-se mais nos grandes centros urbanos em função da audiência alfabetizada, enquanto a rádio assume-se como o principal meio de comunicação social com a maior taxa de penetração no continente. Contrariamente, a televisão tem crescido apenas nalgumas cidades africanas. Ela tem fraca penetração devido ao custo do equipamento e manutenção, bem como da fraca cobertura da rede elétrica. (Kupe, 2003).

Kupe (2003) descreve que em muitos países africanos, a política de radiodifusão tem dado ênfase aos media do setor público. Com os recentes processos de democratização política, a partir de 1990, a rádio tenta assumir o papel de mediação e de inclusão social da população de baixo nível de escolaridade e sua participação na vida política, social e económica, através de debates e difusão de ideias de desenvolvimento.

A questão de partida para o estudo da transição dos media africanos para o sistema digital é o dilema colocado por Skjerdal (2009). O autor levanta o problema de contextualização dos padrões do jornalismo universal no ambiente cultural africano. Subjacente ao dilema, o autor questiona se é possível identificar jornalismo africano com uma filosofia diferente do jornalismo ocidental.

Skjerdal (2009) entende que é preciso compreender o esforço de desenvolvimento dos media africano que já remonta o ano de 1991, altura em que a UNESCO organizou em Windhoek, Namíbia, a conferência internacional sobre os media africanos. O encontro tinha como objetivo recolher informação sobre as diversas práticas do Jornalismo em África. A conferência culminou com a elaboração da declaração de promoção de media independente e pluralística em África. (Banda, 2007:2).

De acordo com Banda (2007), além das iniciativas de apoio ao desenvolvimento dos media em África feitas por *The Global Fórum for Media Development* (GFMD), uma organização Norte Americana e da *The Africa Media Development Initiative* (AMDI), uma iniciativa da BBC em parceria com algumas universidades africanas, os media africanos estão a evoluir bastante para o campo de pluralismo e independência, embora persistam alguns problemas relacionados com a regulação, recursos humanos e infraestruturas. (Banda, 2007:4-5).

Do projeto de pesquisa dos media africanos levado a cabo pela AMDI em 17 países africanos para analisar o cenário de mudanças, entre 2000 a 2005, o estudo revelou que existem grandes atrasos, excecionalmente, a rádio tinha uma taxa de penetração em todas as comunidades africanas. Outra observação relaciona-se com as potencialidades do computador e da Internet que poderão revolucionar os jornais, rádios e televisões, (Banda, 2007:3-4).

Pode-se observar na história de África, que a maior parte dos países africanos alcançou a independência a partir dos finais da década de 40. Por isso, não se pode falar do jornalismo puramente africano anterior as independências, pois antes disso tratava-se de imprensa colonial feita desde as metrópoles para as suas comunidades da diáspora colonial.

O crescimento da preocupação pelo jornalismo africano iniciou numa fase bastante tardia. Kassé (2001) afirma que anterior aos anos 90 não existia uma preocupação de investigação em jornalismo, porque dominava na época o monopólio do Estado sobre os media. Os sistemas políticos impunham ideologias orientadas a solidificação das independências, busca das identidades perdidas durante a dominação colonial e valorização das culturas nacionais.

Por esta razão, os regimes políticos africanos, na sua maioria, eram criticados por académicos africanos por não favorecer a liberdade de expressão e de imprensa. Cresceu o sentimento de que os Estados africanos tinham o monopólio sobre os media e que deviam permitir a liberdade de expressão e o pluralismo mediático. Para isso, as academias imploravam um novo ambiente político favorável a participação do cidadão e do sector privado na política e no processo de desenvolvimento.

Com base na reflexão de Kassé (2001), a relação dos regimes africanos com os media ainda é difícil e, concomitantemente, vão crescendo regimes políticos democráticos. Estas mudanças do cenário político para as democracias participativas abrem caminho para uma nova etapa do jornalismo, a de promoção de cidadania participativa, a defesa dos direitos humanos e a fortificação das capacidades das empresas jornalísticas. Na sequência da última etapa, as academias africanas começam a se preocupar pela questão de formação e pesquisa em jornalismo. De qualquer forma, ficam lançadas as bases fundamenais para investigação, discussão e desenvolvimento do jornalismo africano e o seu papel participativo na promoção da cidadania. Mas essa abertura política acontece no momento tardio em que os outros países estão numa fase bastante avançada na discussão sobre o assunto.

A literatura tem revelado que a discussão sobre o jornalismo digital no continente africano bipolariza-se entre a África anglófona e francófona:

i) O mundo anglófono, cujo protagonismo é assumido pelos centros de pesquisa e investigação Sul-africanas, nomeadamente pelo projeto *Highway África*, pertencente a *Rhodes University*, que focaliza os seus estudos e debates em torno da integração das redações e dos seus profissionais na Sociedade de Informação e na promoção da TIC orientada para o desenvolvimento dos media através de partilha de informação e conhecimento, mas também para o desenvolvimento da sociedade africana em geral. Integram neste grupo de investigadores como Adeya (2001), Ajayi (2002), Banda (2010), Berger (2007a), Hufmann (2009).

ii) O mundo francófono tem desenvolvido pesquisa e investigação orientada para duas linhas teóricas designadamente “Afrocomplementarismo”, uma abordagem socio-linguística que busca a integração das línguas africanas no ciberespaço onde circula a informação universal, no mesmo grau de paridade com outras línguas como o inglês, francês, italiano, alemão e outras línguas com forte presença na Internet. Trata-se de uma teoria integracionista que se fundamenta nos princípios defendidos pela UNESCO de que todas as línguas “minoritárias” podem contribuir valiosamente para a sociedade de conhecimento. A segunda linha de investigação contempla a abordagem sobre os media e a democracia, ou seja, o papel dos media na promoção dos ideais da democracia, divulgação dos direitos humanos e a participação do cidadão nos processos deliberativos.

O grupo de investigadores desta abordagem é composto, no seu grosso modo, por investigadores africanos radicados na diáspora. Integram os seguintes investigadores: Balima (2006), Blankson (2005), Brosse (2001), Diop (2011), Kiyindou (2008), Lexander (2010); Nwuso (2005), Obijiofor (2008), Omojola (2009), Pépin (2006), Rachidi (2005), Sissouma (2001) e outros.

Mais do que enumerar todos os autores e as suas linhas de pesquisa que contribuíram para a formação do pensamento africano do jornalismo e dissipar os preconceitos de que em África não existe nenhuma produção académica de grande vulto, apenas fica aqui a ideia de que existem em África reflexões e debates académicos multidisciplinares sobre a TIC e o seu impacto na sociedade, sobre os media, sobre a economia, sobre a política e esferas.

Em geral, a nova paisagem mediática africana ainda é complexa, Kassé & Senghor (2001). O certo é que até aos anos 80 foi o período que começou a rutura do monopólio dos Estados sobre os media, facto que transformou os jornalistas africanos em agentes de desenvolvimento, ou naquilo que Perret (2001) designou de “Soldados de desenvolvimento”. No mesmo período começaram a surgir alguns jornais alternativos. (Kassé & Senghor, 2001: 61).

De acordo com Kassé & Senghor (2001), os debates sobre as tecnologias, a partir de 1990, bem como a abertura dos sistemas políticos para regimes democráticos facilitaram o pluralismo mediático. A Internet reforçou ainda mais o sistema mediático, ao possibilitar a diversificação e melhoramento dos conteúdos de informação, a interação entre redações e seus públicos. (Kassé & Senghor, 2001: 72-73).

Brosse (2001) e Tudesq (s/d) também levantam a hipótese de haver uma relação direta entre a vaga de democratização nalguns países do continente africano, em particular os países da África Subsaariana, e o progresso das técnicas de comunicação. Estudos têm demonstrado que existe uma causa-efeito entre o progresso tecnológico, sobretudo, as redes sociais da Internet e o telemóvel como os fatores que estão subjacentes nas ondas de reivindicações democráticas em alguns países africanos, como por exemplo, Tunísia Egipto e Líbia em 2011. (Brosse, 2001: 178).

Na perspetiva de Fouda (2009), a relação entre abertura política aos regimes democráticos e o pluralismo, ainda persistem dúvidas e certezas. O autor afirma que os media “depois de servirem os interesses coloniais e das ditaduras pós-independências”, era suposto que eles se tornassem independentes, mas hoje em dia eles transformaram em instrumento dos regimes políticos. (Fouda, 2009:203). A mesma visão é partilhada por Nyamnjoh (2003) que exige o papel mais ativo dos media africanos na monitoria e consolidação da democracia em África.

Nwosu (2005) introduz novas um ponto crucial no debate sobre os media africanos, a questão da política. Para ele, os media africanos dependem da vontade dos políticos, mas a sua manipulação pelos políticos têm profundas implicações para a natureza e direção que se pretende imprimir no processo de mudança da sociedade e do cenário mediático. (Nwosu, 2005: vi).

Sissouma (2001) reconhece o défice no uso das tecnologias para o sector dos media africanos e, simultaneamente, acredita no papel do *Highway Africa* em poder desempenhar as tarefas de partilha de experiências sobre as tecnologias aplicadas aos media. *Highway Africa* é um projeto que surgiu depois da Conferência de 1997 organizada pelo *New Media Lab*, da *Rhodes University* na África do Sul. Inicialmente, o projeto foi concebido como um espaço de partilha de informação e conhecimentos sobre ferramentas tecnológicas relevantes para os media africanos. Depois de alguns anos, o projeto alargou o seu âmbito de atuação para áreas de investigação, formação e organização de conferências sobre os media africanos.

As conferências organizadas pelo *Highway Africa* constituem o verdadeiro espaço de divulgação de resultados de investigação para gerar novas informações e conhecimentos, por exemplo, em 2001, lançou o ensaio do projeto designado “*Newsroom of the future*”, ou seja, uma redação do futuro para rádio, televisão e jornais. Hoje o *New Media Lab* tornou-se um centro de referência de investigação em jornalismo digital da África. (Berger, 2007a).

O *Workshop* organizado pelo Instituto Panos de Africa em Senegal, em 2008, revelou que o maior número de jornalistas africanos nunca tinha tido contato com as novas tecnologias nos processos dos seus trabalhos jornalísticos. Inclusivamente, algumas redações não tinham nenhum aparelho informático para processamento de textos. Excecionalmente, um pequeno número de empresas jornalísticas como *Grocotts Mail*, na Africa do Sul, *The Nation*, no Kenia, *The Post*, na República da Zâmbia, *The Mail & Guardian*, na África do Sul, até 2008 apresentava sinais de uso de TIC nas redações como, por exemplo a Internet sem fio, *wireless*, *blogs*. (Sissouma, 2001: 198 e Berger, 2009a: 50).

Segundo o relatório da *Freedom House* 2012, sobre a Liberdade de imprensa, as tecnologias contribuíram para a liberdade de imprensa no mundo e em África, em particular. De acordo com os resultados de estudo de Banda (2009), as revoltas populares no Norte de África (primavera árabe) que terminaram com a queda de alguns regimes ditatoriais tiveram o incentivo do *Facebook*, *Twitter* e *blogs*, o que representa uma rutura em África em relação a larga história do controlo mediático pelos líderes autocratas.

Brosse (2001) e Mabweazara (2011) reforçam que as ferramentas de comunicação como telemóvel e computadores pessoais, uma vez apropriadas pelos jornalistas e incorpora-

das nas redações favorecem a emergência de uma nova forma de liberdade de expressão e de imprensa no continente. Mabweazara (2011) argumenta que para haver impacto dos novos media nas comunidades é necessário que eles estejam integrados em redes culturais, políticas e conómicas em que a prática jornalística está enraizada.

Duarte (2009) sugere que os media tradicionais africanos engrenem na era digital como, por exemplo, o uso das Redes Sociais da Internet, de *blogs* e de outras ferramentas eletrónicas de difusão de informação. O autor discorda que os media tradicionais africanos continuem a tratar a *Web* como uma mera plataforma de reprodução de conteúdos, enquanto na verdade a *Web* pode incorporar muitos recursos como, hipertextos, multimédia e tornar os conteúdos mais atrativos e reduzir em grande escala o seu custo.

Zabel (2007) parte do pressuposto que as crises dos jornais ocidentais e a sua migração para o sistema digital também afetará os países africanos. Para autora não faz sentido que os media e o jornalismo africano se acomodem no tempo e se sujeitem aos consequentes atrasos, enquanto os países ocidentais avançam para a reformulação das suas estruturas mediáticas e das práticas do jornalismo. (Zabel, 2007: 12).

Embora a autora aprecie as práticas do jornalismo ocidental, a especificidade do problema do jornalismo africano não é a transição para o digital, aliás, até porque os media africanos não estão em crise. O problema atual que os media africanos precisam resolver é a questão da sua inculturação na sociedade e que fale as línguas locais e se identifique com a sociedade.

Os argumentos de Zabel (2007) levantam a problemática da conceção do jornalismo digital como uma tábua de salvação dos problemas do jornalismo africano e, até pode ser. O fundamental é resolver uma sequência de problemas: escolarização e alfabetização da população, educação digital e por fim a literacia dos media.

Duncan (2007) tem observado que um grande número de empresas jornalísticas ocidentais têm explorado com frequência os conteúdos analógicos e os transpõe para o digital como o processo inicial para a digitalização. Patrão & Figueiredo (2011) e Duarte (2009) defendem a ideia de autonomia dos media baseada na exploração das potencialidades das redes sociais e de outras ferramentas de jornalismo colaborativo como forma

de tirar o proveito das suas inúmeras vantagens em matérias de personalização de conteúdos e a participação dos usuários.

Os argumentos de Duarte (2009) deixam claro que o jornalismo digital, além do uso de recursos próprios, também se socorre de equipamentos modernos de tratamento e difusão rápida de informação para alcançar uma audiência segmentada em diversas plataformas de comunicação. Assim sendo, o jornalismo deixa de ser a reprodução de meios tradicionais e passa para um meio de produção autónoma de conteúdos.

Berger (2009a: 59) incentiva os media africanos a tomarem uma atitude proactiva, explorando ao máximo as potencialidades da Internet e as novas ferramentas tecnológicas de comunicação. No seu entender, elas oferecem oportunidades e reduzem o esforço e o custo do sistema de gestão de arquivos digitais. Ainda mais, com um horizonte promissor para os media africanos, o uso massivo de telemóvel no continente¹ constitui uma das oportunidade para explorar este meio de comunicação popular, que apresenta a vantagem dela se integrar no leque das plataformas de distribuição de conteúdos jornalístico.

Berger (2009 a) dá exemplo do projeto *software Nika*, um *software* de gestão de conteúdos jornalísticos na base de dados de redações como caso de textos, fotos, gráficos, etc., que pode minimizar o custo de muitas redações dos jornais africanos.

Nikas é um projeto desenvolvido pelo Laboratório de Novos media da Escola de Jornalismo da Universidade *Rhodes*, na República da África do Sul. O sistema oferece a vantagem de garantir a gestão integrada e partilhada dos arquivos; facilita a recuperação de informação na base de dados; executa a tarefa de distribuição dos conteúdos para várias plataformas digitais como por exemplo para telemóveis, etc. (Berger, 2009 a: 58).

2.2. Telemóveis e o reforço da imprensa

Uma das áreas de grande progresso tecnológico em África é na telefonia móvel. O número de telefones móveis está acima do número das linhas de telefones fixos, num rácio de dez pessoas para um telemóvel. De acordo com Jensen (2008), as taxas de cresci-

¹ Só em 1990 o continente africano tinha registado 8.6 milhões de usuários de telemóveis (Otieno, 2009: 15)

mento de comunicações móveis em África são as mais elevadas do mundo, com a melhor cobertura e tarifas mais competitivas:

A telefonia móvel é agora o principal modo de acesso TIC em África, onde os telemóveis ultrapassam em número as linhas fixas numa relação aproximada de dez para um. As taxas de crescimento das comunicações móveis são as mais elevadas no mundo, lideradas por países com entradas no mercado mais recentes, tarifas mais competitivas e cobertura melhorada (Jensen, 2008:24).

De acordo com Muwanga (s/d), um dos fatores da massificação do telefone pela população africana é a concorrência entre as empresas fornecedoras de aparelhos móveis. Mas não é o único fator que concorre para a maior taxa de penetração, Cava (2011) fala da incapacidade das operadoras de telefonia fixa cobrirem a maior parte das comunidades africanas e, por outro, devido aos custos proibitivos praticados pelas mesmas, bem como as reduzidas infraestruturas de comunicação.

Entre 2000 a 2005 o acesso ao telefone móvel passou de 8 para 100 milhões de usuários, uma expansão de 107 por cento ano. O país com maior índice de crescimento é a República da África do Sul com 34 milhões de usuários de telefone móvel, contra os 9 milhões de 2001. (Cava, 2001).

Outros países estão a registar crescimentos colossais no uso dos telemóveis como, por exemplo, em Botsuana onde em cada três pessoas um tem telemóvel, enquanto a República Democrática do Congo, Ruanda e Malawi estão apostar nas instalações de infraestruturas de comunicação móvel, nomeadamente nos retransmissores para as redes móveis. (Cava, 2011).

Cava (2011) acrescenta que entre muitas iniciativas de dissipação do fosso digital em África destaca-se o Programa das Nações Unidas denominado *Millennium Villages Project*, que tem como objetivo expandir as redes de telefonias móveis para as zonas rurais, sobretudo nas comunidades consideradas menos rentáveis pelas operadoras de telefonia móvel. O *Millennium Villages Project* iniciou a sua implementação em 2004, no Quênia, Mali, Etiópia, Senegal, Uganda e Moçambique e conta com a colaboração do *Earth Institute da Columbia University*.

Em 2008 o cenário de serviços de telefonia móvel no continente africano apresentava a maior taxa de penetração do mundo, em destaque para alguns países da África Subsaariana que registaram um crescimento na ordem de 40%, embora as taxas globais de penetração apresentem cifras abaixo desta. Enquanto isto, de acordo com PEA (2011) os países do Norte de África que “têm maiores níveis de renda e menor população rural, representam, em média, 44 por cento do investimento em África de 2004 a 2007”. Graças a isto estão atingindo o nível de maturação em termos de investimentos tecnológicos.

Devido a abrangência e a penetração do telemóvel no espaço rural africano, o jornalismo deve corresponder as tendências das comunicações móveis e apostar no uso das línguas locais para conquistar uma nova audiência, que antes eram inalcançáveis para os media tradicionais.

Fidalgo (2013) confirma que o “ celular transformou-se num acessório pessoal incontornável de todo o mundo, de novos e de velhos, de ricos e pobres”. Mas algo que o autor destaca é a transformação do telemóvel, nas populações de baixa renda, num aparelho portátil em substituição do antigo rádio de pilha.

Do ponto de vista de Fidalgo (2013), o fascínio da população de baixa renda pelo telemóvel não está só na acessibilidade do seu preço, mas também nas funcionalidades e serviços que este permite aceder como o som, televisão, textos e multimédia. De acordo com o autor, “o problema do telemóvel enquanto rádio de pilha” é a receção do sinal que não é gratuita em maior parte do mundo.

As fraquezas das rádios e televisões africanas em cobrir a maior parte das suas populações poderão ser ultrapassadas pelo telemóvel. Para que o telemóvel seja verdadeiramente meio de convergência dos media é necessário que as emissoras apostem em conteúdos de qualidades e contextualizáveis em cada realidade cultural africana, ou seja, que elas produzam mais conteúdos de natureza multimédia.

Tratando-se de um cenário de comunicação em mudança, Aguado & Castellet (2013) recomenda que antes de explorar a nova paisagem de comunicação é necessário mapear o novo território criado pelo telemóvel. Os autores fazem-nos entender de mapeamento a produção de conteúdos e de aplicações. Porque tratando-se de tecnologias de ecrãs reduzidos, tecnicamente a produção de conteúdos deve ter em conta as suas limitações.

Em termos de produção de conteúdos a partir de telemóveis existem centenas de experiências pelo mundo. Essas experiências estão a mudar as relações de comunicação entre a audiência e os produtores de conteúdos ou entre a audiência e os sistemas governativos. Neste contexto, a agência *Reuters* em parceria com a Nokia experimentaram o uso do telemóvel para a produção de conteúdos, num projeto designado “ Mobile journalism” em que a partir do telemóvel os jornalistas podiam gravar vídeos, editar e transmitir ao vivo a partir do telemóvel e o resultado foi vantajoso para os produtores de conteúdos devido à redução de custos. (Silva, s/d).

Tendo a taxa de penetração da televisão muito baixa nas zonas rurais, contrariamente, a rádio apresenta uma taxa de penetração mais elevada relativamente aos outros meios de comunicação social africanos. De acordo com Levingston (2011), 92 por cento de 800 mil habitantes da população da Suazilândia tem recetor da rádio em casa. Malawi possui 16 estações de rádios com uma audiência constituída por 2.6 milhões de ouvintes.

Estes dados são indicadores de que as rádios em África são um meio de comunicação de massa à par dos telemóveis considerados como redes de comunicação participativa e de ampla distribuição. Esse fenómeno deve-se à própria cultura africana associada à oralidade e a virtude de escuta.

De acordo com o estudo de Levingston (2011) é possível reforçar as potencialidades da rádio através do telemóvel, combinando os dois meios de comunicação para produzir efeitos sinérgicos que ofereçam benefícios às comunidades.

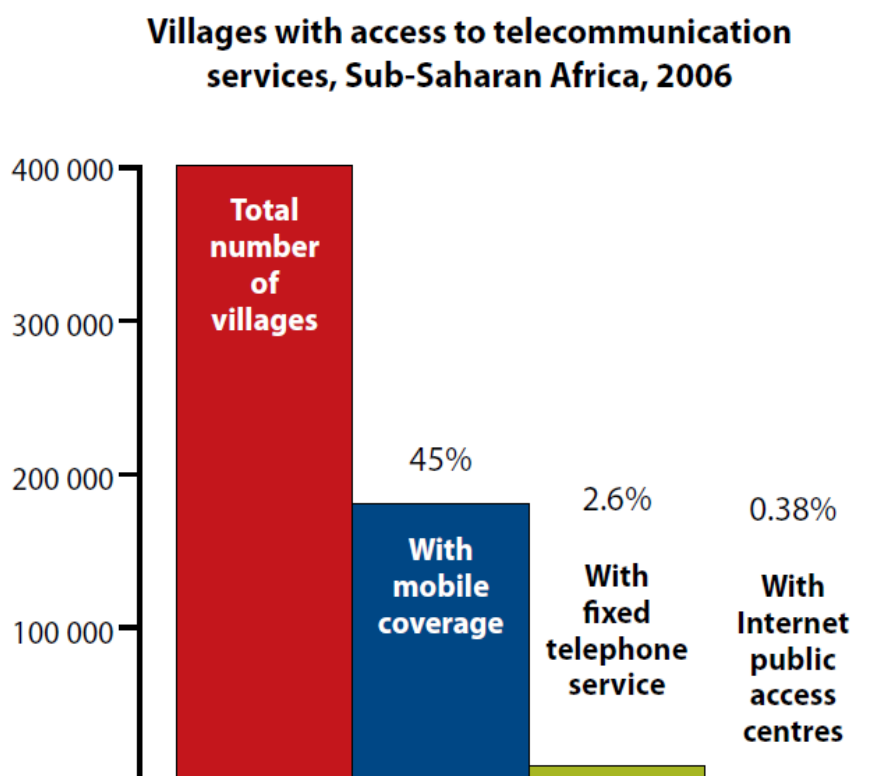
Analisando a proposta de Levingston (2011) sobre a combinação rádio e telemóvel, três ideias são fundamentais para a inclusão da comunidade no processo comunicativo. Primeiro, o desenvolvimento de parcerias entre as operadoras de telefonia móvel e as rádios, segundo, que as rádios imponha-se na melhoria da qualidade de conteúdos apostando nos segmentos nunca antes alcançado pela rádio e televisão e, por último, que os governos reduzam os impostos de importação de telemóveis para permitir a sua massificação.

Embora o número da população rural continue a ser maioritária relativamente a urbana, a penetração do telemóvel, quer na população rural quer na urbana é um tremendo su-

cesso no continente africano, como confirmam as pesquisas separadas de Otiene (2009), Jensen (2009), Mpofu (2011) e Ugba (2011).

Gráfico nº1 apresenta as taxas de acessibilidade aos serviços de comunicações em África.

Gráfico nº1: Acesso aos serviços das telecomunicações na África Sub- Sahariana

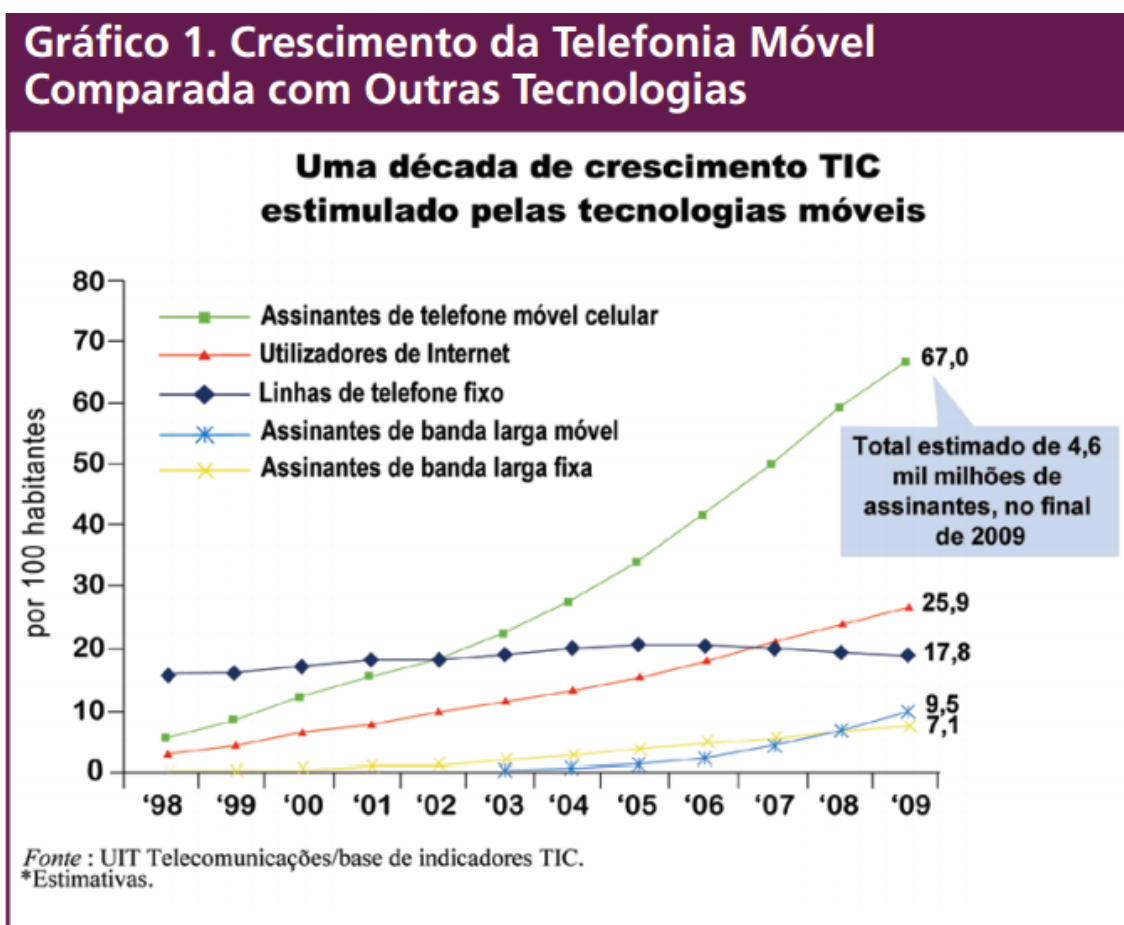


Fonte: Otieno (2009)

De acordo com Otieno (2009), Jensen (2009) e Serrazin (2011), o continente africano registou em 2007 um pouco mais de 65 milhões de novos usuários de telefones móveis, o equivalente a 30% da taxa de penetração. Estas cifras despertam atenção dos estudiosos quanto a celeridade com que as tecnologias móveis de comunicação são apropriadas em África.

Levingston (2011) atualiza a informação da taxa de penetração de telemóvel revelando o fenómeno de consumo cada vez mais crescente.

Gráfico nº2: Crescimento da telefonia móvel comparada com outras tecnologias



Fonte: Levingston (2011)

De acordo com Levingston (2011), a massificação de telemóveis em África deve-se à redução contínua do seu custo no mercado, a permissividade da cultura africana à comunicação oral. Contrariamente, os custos dos serviços de telefones fixos são proibitivos para as populações de pouca renda. Além deste facto, associa-se também ao monopólio de alguns Estados sobre as empresas de telecomunicações.

A relação entre a massificação das tecnologias de comunicação e o cidadão tem como consequência o aparecimento do cidadão ativo e participativo, desenvolvimento económico, reforço dos media e partilha de ideias e de informação.

No âmbito de reforço dos media, as tecnologias móveis trazem à tona uma nova figura, o cidadão repórter. Sibanda (2010: 6-18) descreve a génese do jornalismo do cidadão, no contexto africano, como sendo resultado de cinco fatores descritos:

- **A globalização da democracia**- que começa com o colapso dos sistemas políticos colonialistas e socialistas e que tiveram implicações na participação do cidadão no jornalismo
- **Desregulação do cenário mediático**- caracterizado pelo discurso de liberalização dos media em muitas países de África e o consequente surgimento do pluralismo mediático
- **Surgimento de media comerciais**- que concorrem com os medias estatais na oferta de novos produtos
- **Agenda comunitária para a democratização da comunicação jornalística**- caracterizada pela preocupação dos media em assuntos comunitários, situação que influencia na agenda dos media e, como consequência, maior abertura dos media ao cidadão e mais vozes comunitária.
- **A rápida emergência e adoção da TIC**- caracterizado pela apropriação popular das tecnologias básicas de comunicação como, por exemplo a Internet e telemóvel

Se o cidadão ocidental apropriou-se intensamente da Internet como meio de comunicação e de acesso ao conhecimento, Em muitos países africanos com a taxa mais elevada de penetração de telefonia móvel tendem a usar mais o telemóvel, não só como meio de comunicação, mas também de participação e interação com os sistemas políticos e mediáticos.

Nisto, a prática do jornalismo do cidadão em África, em termos de acesso às tecnologias básicas pelo cidadão e o nível de participação nos media tradicionais, foi matéria de estudo levados a cabo por Banda (2010). O autor conclui que o modelo de participação do cidadão é diferente de país para país. Para os países magrebinos, com o nível muito elevado de penetração de telemóveis, a participação é bastante reduzida em relação ao resto de países africanos devido à reduzida liberdade de imprensa e ao controlo do Estado sobre a liberdade de expressão.

Manji (2008), inspirada na experiência obtida no projeto *Pambazuka News*, um projeto de *Web site* da República da África do Sul, no qual os usuários têm acesso à informação e interação com os administradores da página. O autor chegou a mesma conclusão de Serrazin (2011), segundo a qual as novas plataformas de comunicação, aquilo que o

autor designa de “media alternativos”, são formas de participação da população africana no acesso à informação e na democracia participativa, (Manji, 2008: 7-12).

Face ao cenário que se desenha, a questão que se coloca é: como é que os media africanos poderão alcançar a audiência rural? Numa altura de em que o telemóvel ganha terreno nas comunidades mais remotas como meio de comunicação e de distribuição de conteúdos. (Matthews, 2009).

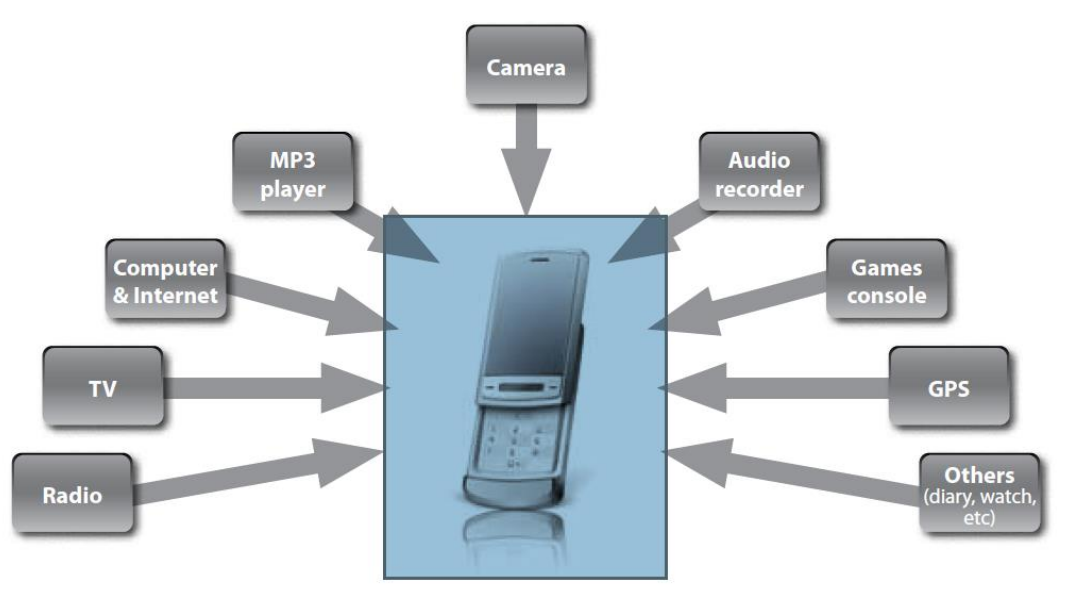
Mas para o caso especial dos media africanos, o telemóvel é uma excelente plataforma de distribuição de conteúdos, tendo em conta que o acesso a Internet se situa no nível mais baixo de penetração, 0,38 por cento, enquanto o telemóvel apresenta uma taxa de penetração na ordem de 45 por cento. (Levingston, 2011).

Muwanga (s/d) e Muñoz & Bartolomé (2008) reconhecem que o telemóvel tende a ter vantagem em relação às outras tecnologias. “A utilização de uma plataforma de informação que se pode transportar no bolso de calças é mais atrativa para o recetor de mensagem informativa”. Para o caso africano é um importante meio de comunicação para a população rural onde vive a maioria dela.

Os serviços dos media, facilitados pelo fenómeno da convergência tecnológica, já têm o caminho aberto para alcançar a audiência rural, que antes estava concentrada num único meio, a rádio, que teve a sua massificação a partir de 1990, (Brosse, 2001: 181-182).

A figura a seguir ilustra como é que os diversos serviços dos media podem integrar-se no telemóvel.

Figura nº1: convergência de tecnologias ao telemóvel



Fonte: Otine (2009)

Em África são evidentes as mudanças sociais resultantes do processo de comunicação através de tecnologias móveis. O telemóvel, no contexto africano, poderá ser o fator de mudança para os media caso sejam aproveitadas as suas potencialidades comunicativas e de entrega de mensagens em múltiplos formatos (vídeo, texto, som). Tal aproveitamento tem a ver com a massificação do telemóvel. (Lancha, 2011: 600).

Devido ao baixo grau da alfabetização da maioria da população rural africana, caracterizada pelo maior número de usuários de telemóveis, a eventual dificuldade que os media poderão enfrentar no processo comunicativo será o uso das línguas de veiculação das mensagens. Neste contexto, algumas rádios comunitárias africanas já têm uma longa experiência de contacto com as audiências segmentadas em vários contextos culturais e linguísticos.

2.3 A emergência das TIC em África

A mudança do cenário internacional, caracterizado pela liberalização do mercado e das telecomunicações e as consequentes internacionalizações das rádios e televisões, são os fatores que estão na base de mudança das políticas públicas em todo o mundo. (Hills, 2003 e Hamelink, 2008).

Os fatores de mudanças da nova ordem mundial de comunicação, invocadas por Hills (2003) e Hamelink (2008), não são suficientemente sustentáveis se não existir uma vontade política e um regime democrático favorável a diversidade de opinião e a liberdade expressão.

As aceleradas transformações políticas e o avanço das tecnologias em África concentram cada vez mais os desafios do continente face às tecnologias e ao fenómeno de digitalização dos media. (Honeyman, 2003).

A partir dos finais do século XX, o mundo começa a viver uma nova era baseada numa economia de informação. Uma realidade corroborada por Cardoso (2009) na qual nota a chegada de uma era em que a informação está no centro da dinâmica social e da economia. Trata-se de uma era em que são relegadas para a extemporaneidade os tempos de entidades autossuficientes e independentes.

Presencia-se a chegada da era de redes de trabalho, de convergência de tecnologias, de informação, de emergência de novas culturas de trabalho, bem como da apropriação social das novas tecnologias. Todo esse processo vai resultar na globalização de informação e que está no centro de transformação do modo de vida das populações e simultaneamente dos sistemas, dos processos de trabalho, da socialização, dos sistemas políticos e das estruturas económicas.

Numa perspetiva de política de comunicação e regulamentação, Hamelink (2008) sublinha o papel das tecnologias como fator impulsionador de desenvolvimento das sociedades. O eixo central da preocupação do autor são os “três domínios substantivos” sobre os quais constituem agenda de regulamentação da comunidade internacional: governos, empresas comerciais e associações profissionais. (Hamelink, 2008: 11).

Analisando minuciosamente os domínios referidos por Hamelink (2008), eles têm impacto direto sobre as sociedades mais remotas. Trata-se de globalização da comunicação, que na perspectiva de Cardoso (2009) permite:

(...) Que diferentes pessoas, dentro da mesma comunidade, possam partilhar assuntos, é, provavelmente, a novidade mais importante nas mudanças actuais trazidas pela comunicação no nosso quotidiano. Ao trazer a comunicação para um nível global, através de transmissão, e mais tarde ao permitir as pessoas “serem” globais, através do uso das tecnologias globais, como a Internet e as redes de telemóveis ...” (Cardoso, 2009:28)

Diante desta afirmação, o continente africano não pode ser uma ilha isolada de todos os processos transformacionais que ocorrem na sociedade de informação e de conhecimento. No entender de Filinto (2003:13), a África precisa desafiar as suas barreiras internas e engrenar na nova dinâmica de comunicação e na criação do seu ciberespaço como expressão de identidade cultural.

A criação de ciberespaço africano poderá catapultar o continente para o desenvolvimento e disseminação de conhecimentos autóctones, daí então, se justifique a urgência de transição da África para a era tecnológica, apesar dos desafios serem enormes quer no campo tecnológico, quer no âmbito da literacia e apropriação social das novas ferramentas tecnológicas.

Na perspectiva de responder aos desafios colocados para o seu desenvolvimento, a UA em conjunto com a União Internacional das Telecomunicações (UIT), a UNESCO e alguns atores africanos têm vindo a assumir papéis importantes na definição de estratégias e políticas públicas.

A UNESCO tem defendido a disseminação das tecnologias e, consequentemente, a sua integração na sociedade em rede, porque depois dos regimes de conhecimentos baseados na tradição oral, o desenvolvimento digital tem propiciado uma expansão galopantes de redes de informação e de conhecimento. Trata-se de uma nova era em que o desenvolvimento depende do fluxo da comunicação e informação. (UNESCO, 2005: 58).

No âmbito da mudança da política de comunicação global inclui-se aqui as reflexões de Hamelink (2008), quando analisa como é que aconteceram as alterações nas políticas de

comunicação global, que vão influenciar nas políticas soberanas sobre a comunicação. As análises do autor acentuam as mudanças do campo do comércio mundial:

A política de comunicação global é cada vez mais definida pelos padrões de comércio e de mercado e cada vez menos pelas considerações políticas, com notório deslocamento de um discurso predominantemente político para um discurso de comércio amplamente econômico. Evidência disso pode ser encontrada na crescente ênfase da importância econômica da propriedade intelectual e na prioridade da proteção para os investidores e produtores corporativos. No campo das telecomunicações, os padrões do serviço público universal e os subsídios mistos têm aberto caminho para as estruturas de tarifas fundamentadas nos custos. Na área dos fluxos de dados eletrônicos transfronteiriços, a política de ação tem alternado de discussões políticas sobre soberania nacional e autonomia cultural para noções como barreiras comerciais e acesso ao mercado. (Hamelink, 2008: 17).

Não se pode descartar que as telecomunicações desempenham o papel fundamental para as políticas nacionais de comunicações. Noutro momento Hamelink (2008) argumenta que a política de comunicação deslocou-se para o fórum das telecomunicações e do comércio mundial, porque isto deve-se ao crescente valor económico das redes de comunicações e dos serviços de informação.

É manifestamente convincente a postura da UNESCO de inclusão global dos povos na comunicação, sobretudo na integração dos menos desenvolvidos nas redes de conhecimento. Paradoxalmente, muitas sociedades tradicionais africanas ainda enfrentam dificuldades de acesso aos meios básicos de conhecimentos e das tecnologias.

Como se pode deparar, o dilema da integração ou de transferência de tecnologias para as sociedades africanas não está na apropriação de tecnologias, mas nos fatores culturais e de alfabetização que só os próprios africanos poderão encontrar a solução.

2.4. Atores africanos das TIC

A iniciativa de massificação das tecnologias básicas em África foi tomada desde o início pelas organizações internacionais. As transferências de tecnologias dos países ocidentais para África sempre foram desajustadas com as necessidades e valores culturais locais. Existem poucas organizações africanas que têm empenhado na implementação

das tecnologias apontadas para o desenvolvimento sustentável da África, Exceccionalmente a *Highway África* e IDRC. (Berger, 2007a).

i) Highway África

O projeto *Highway África* pertencente a *Rhodes University*, na República da África do Sul, e está ligado a promoção e modernização dos media africanos através de partilha de informação e conhecimento. Este projeto já contribuiu na preparação de declarações e posicionamento da África sobre as tecnologias nas Conferências mundiais sobre a Sociedade de Informação, tal como já o fez na Conferência Mundial sobre a Sociedade de Informação que decorreu em Túnis de 2005.

Os momentos mais importantes que marcaram as discussões sobre as tecnologias em África foram: 1997 na conferência intitulada “ *New Media 2000*” na qual se discutiu, entre outros pontos, a questão da qualidade de conteúdos; na conferência mundial de 1998 sobre o lema “ *Bringing Haghway South*” que focalizou o assunto da *Internet* como o potencial da democratização; na conferência realizada em 1999 sobre “*The Internet, media and democracy*” que abordou os assuntos relativos à conectividade em África, cobertura eletrónica das eleições, a presença na mulher na *Web*, ética no jornalismo digital, entre outros; na conferência de 2000 sob o lema “ *African,s new media century*” que discutiu assuntos sobre os media africanos na sociedade de informação, conteúdos digitais africanos; redações em transição, etc.; na Conferência de 2001 sobre “ *Digital Renaissance*” que abordou assuntos sobre as potencialidades dos media africanos, bem como a exploração dos conteúdos para telemóveis e na conferência de 2007 sobre “*Quality and professionalism for journalism and the media: the case for new media*”. (Berger, 2007 a).

Por um lado, as conferências organizadas pela *Highway África* marcaram o momento histórico de produção intelectual africana sobre assuntos tecnológicos aplicados ao media, por outro, aumentou a consciência africana da importância das tecnologias para o desenvolvimento.

O número de projetos de infraestruturas de comunicações aumentou a partir de 1980. Muitos destes projetos foram executados por organizações internacionais, em parceria com grupos de organizações nacionais. Estes projetos eram implementados nas áreas de

infraestruturas, política, conectividade, gestão de informação, redes de trabalhos. (Adeya, 2001: 6-14).

ii) ***Pan african Documentation and Information System, PADIS***

PADIS foi criado nos anos 80 com fundos da *United Nation Economic Commission for Africa*, UNECA, pela UNESCO, pelo IDRC e outros atores. O objetivo inicial do projeto era promover a gestão de informação em África, promover o acesso à documentação produzida e não publicada em África e prestar assistência aos membros dos Estados da ECA a fortalecerem as suas infraestruturas nacionais de informação.

iii) ***The African Information Society, AISI***

Esta organização foi criada em 1996, em Adis-Abeba, depois do Simpósio Regional Africano sobre a Telemática para o Desenvolvimento da ECA, tendo como objetivo prestar assistência aos países membros a seguirem as tendências da economia global baseada na informação conhecimento, focalizado na abertura política, nas infraestruturas e formação de recursos humanos

iv) **Iniciativa Acácia**

Este projeto era da iniciativa da IDRC, em 1997, direcionada para os países da África Subsaarianos com vista a apoiá-los na aplicação de computador e Internet para o desenvolvimento económico e social, em particular para as comunidades rurais através de criação de telecentros comunitários, como forma de descentralização das infraestruturas de comunicação.

v) ***The Capacity Building for Electronic in Africa, CABECA***

Trata-se de um projeto que começou em 1995 com objetivo de promover assistência técnica para conectividade em África. O projeto foi criado pela IDRC e executado pelo PADIS e beneficiou os países como Etiópia, Senegal, Uganda e Zâmbia.

vi) ***Internet Initiative for Africa, IIA***

Este projeto foi criado pelo Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento da População, UNDP, para promover a conectividade e massificar o uso do computador

em África. O projeto-piloto incluía a conectividade de doze países africanos nos sectores governamental e acesso da Internet a custo-baixo.

vii) ***Regional Informatics Network for Africa, RINAF***

Concebido pelo programa Informático da UNESCO e financiado pelos fundos da Itália e Korea. O projeto estabeleceu cinco ligações regionais e dez ligações nacionais em toda a África foi implementado pela IDRC.

viii) ***The Sustainable Development Network Programme of the UNDP***

Iniciou em 1992 tendo como objetivo facilitar o acesso à informação para a tomada de decisão e apoiar o desenvolvimento sustentável.

Pelo cenário acima desenhado pela Adeya (2001), apesar dos problemas técnicos, culturais e económico no uso de computador e Internet em África percebe-se que tem havido grandes avanços desde 1990, em particular, na informatização dos sectores públicos, privados e nos diversos campos de negócio, de saúde, do transporte e de educação.

Levingston (2011) realça que em diversos pontos de África já começam a surgir centros de inovação em tecnologias de informação, sobretudo o desenvolvimento de sistemas informáticos de monitoria eleitoral como, por exemplo, as plataformas *Ushahidi* e *Uchaguzi* desenvolvidas por técnicos quenianos. Estas ferramentas informáticas foram criadas para responder o problema de fraudes eleitorais, que caracterizam a maioria das eleições africanas.

Alguns centros de inovações tecnológicas merecem destaque em África como, *Hive Colab* na Uganda; Iniciativa de Tecnologias de Informação da Cidade do Cabo, CITI, na África do Sul; *Geekcorps-Mali*, em Mali; *Kiwanja.net*, Etc. Estes centros funcionam como principais incubadoras de empresas tecnológicas com apoio do Banco Mundial e de algumas empresas tecnológicas americanas. (Levingston, 2011: 30-33).

Mas a apropriação das novas tecnologias no continente africano não é tão consensual como parece. Algumas vozes afro-pessimistas considerem a Era de grande circulação de informação e de conhecimento como uma nova forma de “imperialismo cultural”. Um imperialismo simulado sob a forma de troca de informação, ou seja, informação sem

fronteira exportada de um lugar para outro, na qual a África sai em desvantagem competitiva. Na verdade trata-se de vozes etnocêntricas que defendem a pureza das culturas africanas face às contaminações externas.

As visões de Akpan (2000), Adeya (2001) e Ezema (2010) partilham o mesmo sentimento do incentivo do uso do computador e Internet como catalisadore do desenvolvimento. Os autores acreditam que as infraestruturas tecnológicas colocarão a África na autoestrada de Informação e são a base de lançamento da imagem do continente no cenário internacional como ator ativo e produtor de conhecimento.

Apesar das desigualdades de acesso às tecnologias entre os países pobres e ricos, têm surgido estímulo entre organizações sem fins lucrativas no sentido de massificação das tecnologias digitais como forma de ultrapassar o défice e inclusão digital, não só a nível governamental mas a nível privado e comunitário. Para estas iniciativas, de acordo com Akpan (2000) foram aplicados 15 milhões de Dólares, em 1997, para conectar África a rede mundial de comunicação.

A tecnologia pode ser um dos fatores de inclusão ou exclusão social, diferenciador entre “ricos em informação” dos “pobres em informação”. Então existem os riscos do aumento do chamado *digital divide*, termo em inglês que serve de nome para a separação entre aqueles que têm acesso efetivo às facilidades da tecnologia da informação e aqueles que têm pouco ou nenhum acesso a esses recursos.

Na perspetiva de Dijk (2009), o fosso digital extravasa as meras desigualdades tecnológicas e de conhecimento, inclui o fosso económico e cultural. Nesta perspetiva, no entender do autor o fosso digital vai muito além de posse de recursos tecnológicos e abarca outras áreas associadas às tecnologias.

Apesar da identificação dos problemas que inquietam o continente africano, a questão que se coloca é encontrar vias de saídas, definidas em termos de políticas públicas, fortalecimento do cidadão e das instituições rumo ao desenvolvimento do continente. Nisto, ainda não existem consensos entre as organizações da sociedade civil e decisores políticos em relação a forma como é que o fosso digital poderá ser ultrapassado.

Castells (2003) já manifestava uma preocupação em relação o continente que ainda está na periferia do mundo desenvolvido e relegado à marginalização. Mas o problema são

as divergências de conceitos de desenvolvimento. Existem muitas análises e discussões sobre este tema. Uns propõem investimentos económicos e outros insistem no investimento de recursos humanos e ainda outros defendem a massificação dos recursos tecnológicos sem ter em conta todo o processo associado à alfabetização digital, transferência de conhecimentos e outras habilidades básicas.

Numa era em que a informação é fator crítico de geração de riqueza, de conhecimento e do poder, o continente africano continua realmente relegado à margem do processo de desenvolvimento, em geral. Continua sendo o continente com mais regiões sem infraestruturas básicas de telecomunicações e de rede elétrica de energia. Dai então Castells (2003: 109) designa o fosso digital de “apartheid tecnológico”.

É mais sensato criar infraestruturas de eletricidade em África antes de se avançar para infraestruturas de telecomunicações, porque todas as outras tecnologias funcionam a base da eletricidade. Por isso, a UNESCO e juntamente com a União Internacional das Telecomunicações (UIT) têm-se esforçado em persuadir os governos africanos a adotarem políticas coerentes de infraestruturas básicas de desenvolvimento, sobretudo a educação, eletricidade, telecomunicações e saúde.

Nora (1995) e McQuail (2003) concordam que os desequilíbrios de comunicação ainda prevalecem entre as nações. A comunicação continua a beneficiar uma minoria para certos fins, facto que torna os conteúdos informacionais concentrados num grupo, ou seja, os investimentos nas infraestruturas e sistemas de gestão favorecem os beneficiários já privilegiados. Contrariamente, Hamelink (2008) acredita que a situação de comunicação global tem vindo a melhorar nos últimos anos graças a abertura dos poderes políticos aos sistemas democráticos.

Castells (2007) e Agbobli (2008), em contextos geográficos diferentes, reatam o mesmo discursos do fosso digital introduzindo o problema da Internet. Eles afirmam que a Internet não é acessível a todos, pois existe uma “geografia da Internet”, segundo os autores a tal geografia divide-se em três dimensões: geografia técnica, a distribuição espacial dos seus utilizadores, a geografia económica de produção da Internet. (Castells, 2000: 246, Agbobli, 2008:17).

A geografia técnica refere-se à infraestrutura de telecomunicações e da Internet estarem mais concentrados nos EUA em relação ao resto do mundo. Nos últimos anos a dependência dos outros países em relação às tecnologias dos EUA tende a diminuir. (Castells, 2000: 246).

A geografia dos utilizadores tem a ver com a distribuição do número de usuários da Internet pelo Mundo. Segundo Castells (2000) os EUA lideram a tabela de maior número de utilizadores da Internet. No ano de 2000 os americanos rondavam cerca de 161 milhões de utilizadores, seguidos de europeus, 105 milhões e África situa-se na última posição da tabela classificativa com 3,11 milhões e, a maior parte deles situados na República da África do Sul.

Visto deste modo, as desigualdades de acesso à Internet e à tecnologia podem criar a situação de infoexclusão entre as nações, assim escreve Castells:

A centralidade da Internet em muitas áreas de actividades social económica e política converte-se em marginalidade para aqueles que não têm ou possuem o acesso limitado à Rede, assim como para aqueles que não são capazes de tirar partido dela. Por isso não devemos estranhar em absoluto que a previsão do potencial da Internet como meio para conseguir a liberdade, a produtividade e a comunicação venha acompanhada de uma denúncia da infoexclusão, induzida pela desigualdade na internet. (Castells, 2000: 287).

Apesar de Internet ter-se desenvolvido em condições de desigualdade social de acesso no mundo inteiro, gradualmente os índices de adoção e apropriação por parte dos grupos com menor nível educativo podem aumentar. (Castells, 2000: 296, Furtado, 2007: 99).

Estudos têm revelado que nos EUA a ligação das escolas públicas cresceu de 35 por cento em 1994 para 95 por cento em 1999. Esse aumento significa que a Internet está a ser apropriada por todo sistema de educação escolar como uma ferramenta de aprendizagem e ensino. A ilação é clara: a Internet e as tecnologias educativas em geral possuem uma eficiência que está dependente da eficiência dos professores que as utilizam. (Castells, 2000: 299).

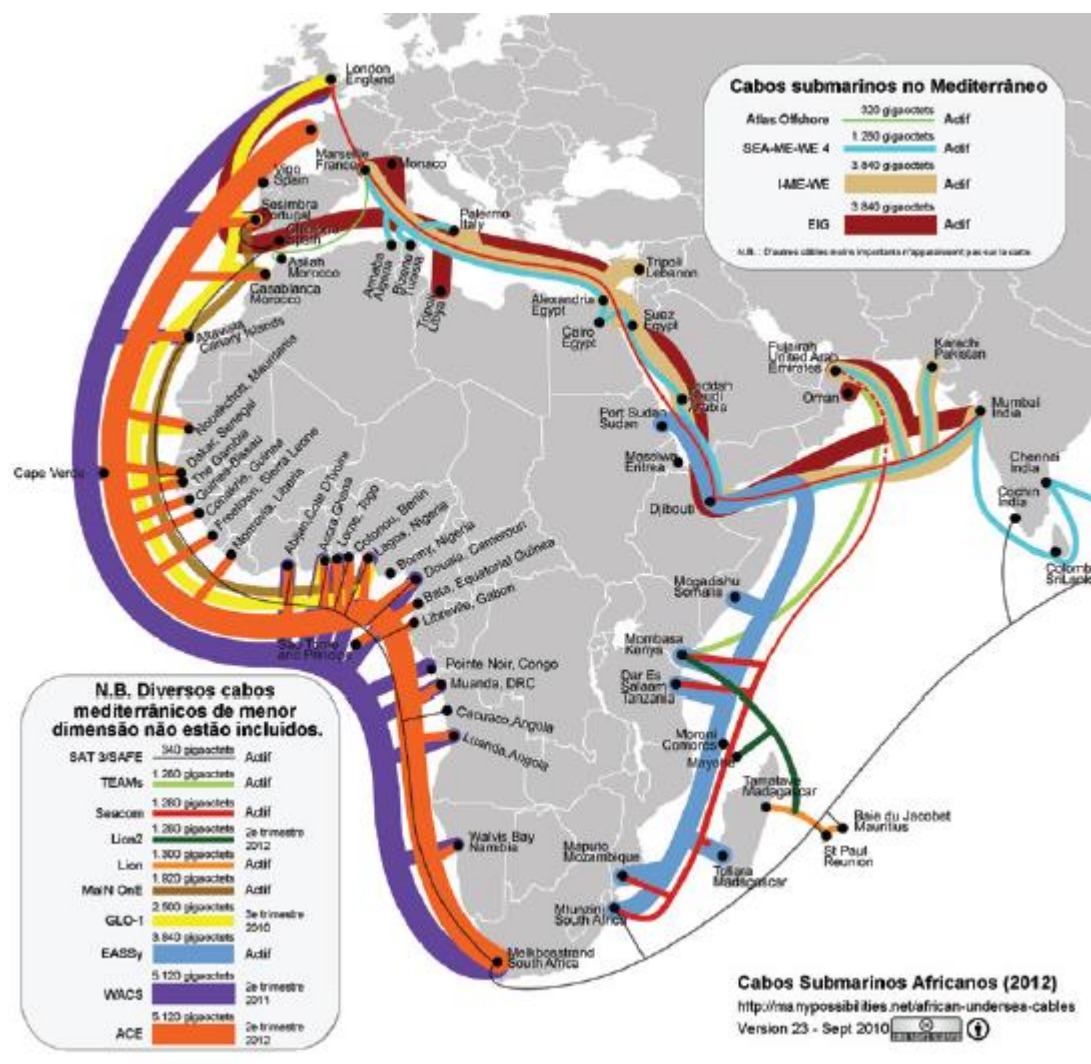
Ora as desigualdades de acesso à Internet nas escolas pode influenciá-la na forma de aprendizagem e de acesso ao conhecimento das crianças, fato que as obriga a ficarem

para trás em relação as que usam a Internet como ferramenta de ensino e aprendizagem. De acordo com Castells (2000) essa disparidade marca diferença de conhecimento entre crianças com recursos tecnológicos e as sem recursos, pois as primeiras têm mais capacidade de processamento da informação graças a sua exposição a um ambiente culturalmente mais avançado. (Castells, 2000, 299).

Berger (2009:7) apresenta o espírito otimista em relação ao continente africano em matérias de desenvolvimento das tecnologias. De acordo com o autor, apesar do fosso digital entre os países ricos e pobres, o continente africano está preparado para as mudanças tecnológicas.

A figura que se segue mostra o esforço que esta sendo feito em África quanto às infraestruturas de conectividade. Apesar das dificuldades financeiras e de técnicos qualificados, o mapa africano de conectividade está bastante avançado para os países situados nas costas oceânicas, enquanto os países do interior apresentam-se desprovidos de conexão terrestre.

Figura nº2: Cabos de conexão da Internet de Banda Larga em Africa



Fonte: Levingston (2011)

A figura nº2 ilustra a conectividade do continente africano através de cabos submarinos da Banda larga em 2011. Nota-se no mapa que os países africanos sem acesso ao mar têm poucas redes de conectividades. São países que tem o nível de rendimento muito baixo, maiores populações rurais e menor níveis educacionais do que os outros. (PEA, 2011).

Apesar do seu progresso das infraestruturas de telecomunicações ao longo da costa africana, o seu custo continua bastante elevado relativamente aos EUA. Tal facto deve-se à exploração dessas infraestruturas pelas empresas privadas com grandes interesses comerciais em África. Contudo, a concorrência entre os fornecedores da Internet irá alterar

as tabelas de preços e abrir espaço para “novas oportunidades de crescimento da Internet de alta velocidade e melhor telefonia móvel”. (Levingston, 2011: 33).

Preocupado com a situação da infoexclusão, do fosso digital e dos desequilíbrios das nações em termos de acesso às tecnologias, a UIT organizou uma Conferência Mundial de Desenvolvimento de Telecomunicações, realizada em 1998 em Istambul, em que debateu a questão do fosso digital e produziu uma declaração consensual, que recomendava o seguinte:

- a) Redução do fosso digital entre as nações;
- b) Criação de infraestruturas adequadas para o funcionamento telecomunicações;
- c) Extensão dos benefícios do computador e da Internet para todos os povos;
- d) Acessibilidade das tecnologias pelas comunidades rurais;
- e) Criação de políticas e estratégia das telecomunicações;
- f) A UIT deve desempenhar o papel coordenador na política de telecomunicações, etc.

Estas declarações foram subscritas por todos os países participantes da Conferência de Istambul, que colocava bases de discussões para o plano de ação e compromissos nas conferências seguintes.

Nas duas Cimeiras Mundiais sobre a Sociedade de Informação, uma realizada em Genebra 2003 e a outra em Túnis de 2005, a questão do fosso digital foi definido como sendo a falta de “dotação de recursos físicos e educacionais e da disponibilidade de infraestrutura de acesso à tecnologia como linhas telefônicas e computadores”. Além disso, ficou claro na Cimeira que as tecnologias poderão contribuir para o desenvolvimento das nações em África bem como a revolução da informação poderá ser usada para transformar as suas economias de modo a fazer face aos Desafios de Desenvolvimento do Milénio. (Taylor *et al*, 2004: 9).

Kiyindou (2008: 74) afirma que para suprir o fosso digital, a cimeira de Genebra de 2003 elaborou um plano de ação com objetivo de alcançar o desenvolvimento internacional. O plano resume-se em quatro matérias básicas: uso dos produtos das telecomunicações, redes, serviços e aplicações de TIC. O Plano de Ação estava orientado para ajudar os países em vias de desenvolvimento a se conectar ao mundo de circulação de in-

formação e de conhecimento. De acordo com o autor supra citado, a UIT recomendou que o Plano de Ação desenhado e acordado por todos os países subscritores fosse transformado em planos nacionais ou regionais.

A Conferência de Genebra da UIT, de 2003, produziu linhas de execução imediata, que expressam o cerne do Planos de Ação, que inclui a utilização das TIC para conectar aldeias, conexão das universidades, escolas superiores, escolas secundárias e escolas primárias; conexão dos departamentos dos governos locais e centrais; fomentar o desenvolvimento de conteúdos e implantar condições técnicas que facilitem a presença e a utilização de todas as línguas na Internet.

Três conclusões se podem tirar sobre os Planos de Ação de Genebra: i) Universalização de serviços de comunicações entre os povos, através de disponibilização de recursos tecnológicos adequados, ii) investimento na área de educação e, ii) literacia informática dos cidadãos.

A preocupação da UNESCO sobre a Sociedade de Informação não só se centra sobre o acesso aos recursos tecnológicos pelas pessoas menos favorecidas, mas inclui também o desenvolvimento humano, a diversidade cultural e a questão da conectividade às redes globais, assim escreve Cyranek (2000):

No nível mais básico, o acesso universal significa garantir a todos os cidadãos o acesso a serviços de telecomunicação e outras facilidades das TICs. Disparidades e desigualdades no acesso à Internet – agora comumente referidas como “exclusão digital” – são consideráveis, particularmente nos países em desenvolvimento, onde a Internet é cara demais para ser acessada pelos cidadãos comuns e pela maioria das instituições de serviço público, estando geralmente disponível apenas em grandes centros urbanos. (Cyranek, 2000).

Muwanga (s/d), professor da *Nbarara University*, afirma que o custo da Internet em África é mais cara relativamente a muitos países europeus. O custo comparativo da Internet entre países africanos apresenta variações abissais. Por exemplo, a Internet da Banda Larga, em Quênia chega a custar 4.000 Dólares americanos por cada megabyte, enquanto na República da África do Sul cada megabyte custa 300 Dólares americanos. Esta disparidade de preços deve-se ao custo elevado da Internet de Banda Larga. Em

países onde o acesso é feito via satélite, o custo é muito mais elevado, enquanto nos países que usam a fibra ótica é barata. (Muwanga, s/d)

De acordo com a UIT e em consonância com as estimativas do Banco Mundial, o preço medio de uma ligação de Banda Larga na África subsaariana é de cerca de 110 Dólares para 100 *kilobytes* por segundo. Na Europa e na Ásia Central, o preço é de 20 Dólares para 100 *kilobytes* por segundo, enquanto na América Latina e Caraíbas é de 7 Dólares. Os países do médio oriente e da África do Norte pagam abaixo de 30 Dólares pelo mesmo serviço, por isso o custo da Internet em África é mais alto comparativamente aos países ocidentais. (PEA, 2010).

Tabela nº 1: Estatística do uso da Internet em África

| Internet Usage Statistics for Africa <i>(Africa Internet Usage and Population Stats)</i> | | | | | | |
|--|------------------------|-----------------|------------------------------|----------------------------|------------------|----------------------|
| INTERNET USERS AND POPULATION STATISTICS FOR AFRICA | | | | | | |
| AFRICA REGION | Population (2012 Est.) | Pop. % of World | Internet Users, 30-June-2012 | Penetration (% Population) | Internet % Users | Facebook 31-Dec-2012 |
| Total for Africa | 1,073,380,925 | 15.3 % | 167,335,676 | 15.6 % | 7.0 % | 51,612,460 |
| Rest of World | 5,944,465,997 | 84.7 % | 2,238,182,700 | 37.7 % | 93.0 % | 924,331,500 |
| WORLD TOTAL | 7,017,846,922 | 100.0 % | 2,405,518,376 | 34.3 % | 100.0 % | 975,943,960 |

Fonte: Internet World State (2011)

Em 2006, 4 por cento dos africanos tinham acesso à Internet contra 50 por cento dos países desenvolvidos, sendo 70 por cento do tráfego da Internet passa por redes geridas por países fora do continente africano. Mas já em 2011 houve um crescimento de 3 dígitos percentuais. O investimento nos sectores de telecomunicações em África em 2006 atingiu 8 milhões de Dólares americanos, contra 3.5 milhões em 2003. A maior percentagem desses investimentos foi para as infraestruturas de telemóveis. (Cocchi, 2008).

Segundo PEA (2010), um estudo conduzido em 2006-2007 em 16 países da África Subsaariana concluiu que, Quênia, Camarões, Nigéria, Senegal e África do Sul, mais de 10 por cento da sua população utilizam a Internet. Existe o largo potencial de crescimento, uma vez que o conhecimento da Internet é muito baixo. No Burkina Faso, Tanzânia, Etiópia, Ruanda, Burundi, Uganda e em Moçambique, menos de 10 por cento da população analisada sabia o que é Internet enquanto na Namíbia, Gana, Botswana, Benim e Costa de Marfim esse valor foi menos de 30 por cento.

As baixas taxas de penetração da Internet e as altas tarifas derivam da falta de redes internacionais de alta velocidade, facto que permite aos operadores cobrarem acima da média de serviço. Cocchi (2008) sugere a massificação das tecnologias *wireless* para que possam garantir o acesso da Internet de Banda Larga evitando a construção de infraestruturas fixas.

Foi instalado cabo submarino de fibra ótica, SAT-3 ao longo da costa ocidental africana, que fornece um serviço internacional de alta qualidade, sendo o seu acesso limitado aos membros do consócio, que construíram a ligação em 2002. Desde meado de 2007, os operadores podem comprar os serviços nas tarifas mais altas de 25. 000 Dólares por megabyte por segundo em cada mês e que agora varia entre 2.000 a 10.000 dólares por mês. (PEA, 2010).

Vilches (2003) acredita que a era digital vai trazer grandes mudanças nos meios de comunicação, nos sistemas de circulação de conhecimento, mas alerta para o risco do mundo mais conectado trazer interesses comerciais e o “abandono das responsabilidades por parte dos indivíduos e dos agentes sociais”. O autor pede para uma maior vigilância face às “repercussões sociais das telecomunicações, das redes de conhecimentos estruturadas e das transformações dos meios de comunicação tradicional”. (Vilches, 2003: 44).

2.5. Investimento tecnológico e as barreiras da literacia digital

A Agenda de Túnis foi o marco de início de discussões sobre o acesso às tecnologias e partilha de conhecimento em África. Tratava-se da passagem de princípios à ação e reafirmação dos compromissos assinados na Conferência de Genebra de 2003, mas a sua materialização dependia do financiamento.

Dezassete países africanos beneficiaram de mais mil milhões de dólares em contratos para cerca de 30.000 quilómetros de fibra ótica, com empréstimos proveniente de bancos chineses, nomeadamente, *China Exim Bank*. (Jensen, 2009). E na mesma tentativa de investimentos de infraestruturas de telecomunicações, o Banco Mundial disponibilizou 424 milhões de dólares para impulsionar as redes regionais na África Austral e Oriental, no âmbito de Programa de Infraestruturas de Comunicação, do qual se espera originar o maior fluxo de Internet em pelo menos 36 por cento ao ano e cortar os custos com a largura da banda em um décimo. (PEA, 2010).

Ferreira (2008 a) no seu estudo sobre “ As motivações e Impacto da China em África” analisa a boa vontade da China em apoiar os projetos africanos mais do que os países ocidentais. Para ela a relação entre a China e os países africanos é de longa data. Graças a cimeira Sino-africana, realizada em Pequim, 2006, o governo Chinês anunciou um plano de apoio a África, que transformou a China no maior financiador de infraestruturas do continente.

Graças ao apoio chinês e do Banco Mundial, até Dezembro de 2007, cinco por cento da população africana tinha uma ligação à Internet e a penetração da Banda Larga era inferior a um por cento. Porém nos últimos anos têm ocorrido melhorias significativas na adesão à economia global ligada à rede. Jensen (2009) afirma que um estudo africano publicado recentemente encontrou a maior edificação de infraestruturas de telecomunicações de longa distância.

Parafraseando McQuail (2003), a “Sociedade de Informação” remete-nos para os anos 60 do século passado, no Japão, aportando um significado associado ao conceito de sociedade Pós-Industrial, que se caracteriza essencialmente pela predominância de trabalhos e empregos que se suportam na informação, no conhecimento científico, na utilização e transferência de dados, no recurso ao conhecimento e no aprofundamento de relações interpessoais.

Embora se fale de uma Sociedade de Informação, Touré (2007) e Jensen (2009) notaram que muitos países africanos ainda não possuem infraestruturas adequadas de tecnologias básicas que os catapultem para a Sociedade de Informação. Dois fatores estão na base do atraso: o baixo nível de rendimento da população e a falta de infraestruturas de Tecnologia de Informação e Comunicação (TIC). Destes constrangimentos resulta que a maioria das comunidades rurais africanas está votada ao esquecimento e à margem do que acontece no mundo.

Adeya (2001) não partilha plenamente este sentimento de atraso total do continente africano em matéria de investimento tecnológico. Segundo a autora, a África está a registar progressos consideráveis, mas de forma regionalizada. A autora concorda que apesar de progresso ainda prevalecem alguns constrangimentos tais como: fracas infraestruturas; ausência de política de TIC ou sua implementação; falta de investimento de recursos humanos nas matérias de novas tecnologia; fraco conhecimento sobre as tecnologias de

desenvolvimento sustentável e graves problemas financeiros da maioria dos países africanos. Adeya, 2001:5).

Adeya (2001) e Ajayi (2002), em trabalhos separados, apresentam pontos de convergência das suas posições, argumentando que a fraca massificação das tecnologias de informação e de comunicação no continente africano associa-se a fatores que têm a ver com:

- i) O ambiente regulatório da comunicação, o grosso número de países africanos não abrem os seus mercados para a concorrência entre as empresas fornecedoras de serviços de Internet;
- ii) Inexistência de infraestruturas tecnológicas e o seu alto custo de acesso;
- iii) Adequada facilidade de alocação do seu espectro radiofónico para o uso das telecomunicações e operadores de internet a outras entidades nacionais ou regionais, situação que resulta no congestionamento da banda;
- iv) Menos abertura do mercado governamental para o investimento do sector privado;
- v) O nível de desenvolvimento do transporte afeta diretamente o custo

Em suma, Jensen (2009) descreve o cenário das TIC em África de seguinte modo:

Ao mesmo tempo que o acesso TIC no continente é de um modo geral muito baixo, a grande disparidade nos níveis de rendimento, na dimensão da população e nas políticas relativas às infraestruturas das telecomunicações provocou níveis desiguais de distribuição. Por exemplo, mais de 75 por cento das linhas fixas encontram-se em apenas 6 das 53 nações africanas. De igual modo, quatro dos 53 países em África representam quase 60 por cento dos utilizadores da Internet na região e apenas 22 dos 53 países têm banda larga. Países com populações com acesso à Internet com mais de 1 milhão de pessoas (por ordem de tamanho): Nigéria, Marrocos, Egipto, África do Sul, Sudão, Quénia, Argélia, Tunísia e Zimbabué. (Jensen, 2009).

Seja como for, Obijiofor (2008) realça a importância das tecnologias como ferramenta de desenvolvimento socioeconómico em África. Descreve-as como resultado da revolu-

ção industrial e afirma ainda que elas constituem a base da troca de informação e do crescimento económico e desenvolvimento de países.

Diversas cimeiras organizadas pela UNESCO sobre as tecnologias salientavam a questão da abertura do mercado das telecomunicações e do acesso às tecnologias pelos países menos favorecidos. Ao mesmo tempo irrompia por todo o mundo os movimentos sociais que advogavam o comércio justo e “parcerias inteligentes” entre as nações ricas e pobres. Todas essas situações contribuíram grandemente para a colocação da temática das tecnologias como fator prioritário nas agendas políticas nacionais dos países africanos.

O binómio tecnologia/desenvolvimento económico, tal como se referem Adeya (2001) e Jensen (2009) já é um fato reconhecido pela maioria dos governos africanos. Nisto, Obijiofor (2008) alerta para o excesso de otimismo sobre elas no que toca à sua função para o desenvolvimento socioeconómico. O autor afirma que é importante ter em atenção que a mera incorporação destas ferramentas nas organizações empresariais e na vida individual significa o alcance de desenvolvimento. De com o autor, as evidências têm mostrado que a massificação das tecnologias depende do grau de alfabetização da população e das políticas públicas de inclusão digital. (Obijiofor, 2008:3).

As barreiras de acesso às tecnologias, as desigualdades socioeconómicas e o analfabetismo constituem os desafios do continente. Não se pode negar que três quartos da população africana são iletrados e sendo ela na sua maioria população rural, sem grandes infraestruturas de eletricidades e telefone. Então, falar de Internet é uma miragem ou algo que pertence às elites iluminadas da sociedade. (Obijiofor, 2008).

Obijiofor (2008) volta a afirmar que para o acesso à Internet, o continente africano deve realizar investimentos públicos e privados nas áreas de telecomunicações, políticas económicas e de educação. Essa ideia de parceria pública/privada é inspirada nas regras estabelecidas pelos países da África, Caraíba e Pacífico (ACP), para evitar que os governos corruptos se beneficiem diretamente da cooperação com a União Europeia.

As parcerias de investimentos entre as empresas públicas e privadas complementam os esforços de desenvolvimento e estimulam a massificação do número de computadores pessoais, aumento de serviços de comunicações e da rede de Internet, pré-requisitos

essenciais para entrar na sociedade em rede e de troca de conhecimento. (Obijiofor, 2008).

As vantagens das infraestruturas de telecomunicações para o continente africanos são enormes. A fibra ótica, por exemplo, é essencial para introduzir a Banda Larga suficientemente capaz de interligar os países africanos à economia de rede, para transmissão de dados, para criação de redes universitárias de investigações e para providenciar infraestruturas de transmissão da rádio e televisão.

No esforço de impulsionar a África para a economia de informação, já começam a aparecer algumas companhias africanas que têm trabalhado para a expansão da Fibra Ótica. Entre os primeiros projetos lançados está a *East African Submarine Cable System* (EASSy), cujo objetivo é estabelecer uma rede de fibra ótica ao longo da costa africana que liga a República da África do Sul ao Sudão com seis pontos de acesso ao longo do percurso, ou seja, pontos de derivação. Além da EASSy existem outras companhias ligadas às telecomunicações com o mesmo objetivo como o SEACOM, LION, FLAG e o *West African Cable System*. (Jensen, 2008:24).

Estudo da PEA (2011) apresenta as seguintes recomendação para o desenvolvimento das tecnologias em África:

- As políticas de ciência, tecnologia e inovação em África devem ser integradas nas estratégias mais vastas dos países africanos, incluindo as estratégias de redução da pobreza,
- Melhoria nos sistemas de regulação governamental nas matérias das tecnologias e em particular na liberalização dos serviços das telecomunicações;
- Intensificação de parceria entre o público e privado nos projetos de conectividade do continente, particularmente da fibra ótica, com vista a reduzir os custos da Internet que são os mais altos do mundo;
- Aumentar a capacidade de redes estruturais que aumente a conectividade para o interior dos países,
- Privatização das linhas fixa
- Cooperação internacional em matérias de ciências e tecnologias,
- Informatização e acesso a Internet a maioria das escolas primárias e secundárias até 2025.

2.6. Literacia digital e fortalecimento do cidadão

Para Jersen (2009) o problema de acesso ao computador, ao telefone, à Internet e outras tecnologias sociais em África está associado à questão da demografia, ao baixo rendimento e à falta de infraestruturas tecnológicas. Osborn (2006:86) acrescenta o problema de alfabetização. O autor argumenta que a maioria da população africana analfabeta “vive nas regiões rurais com infraestruturas muito limitadas de telecomunicações”. Ainda mais, as ligações via satélite são dispendiosas e demasiadas caras para uma maioria pobre que vive no campo, situação totalmente contrária para uma minoria que vive nos centros urbanos com um certo nível de alfabetização.

Na mesma linha de pensamento, na perspetiva de conectividade, Castells (2007) salienta que a baixa penetração da Internet nos países em vias de desenvolvimento está relacionada com a falta de infraestruturas de telecomunicações, de fornecedores de serviços e de conteúdos de Internet, assim como das estratégias de combate à infoexclusão. (Castells, 2007: 230).

Como se pode notar, tanto Osborn (2006), Jersen (2009) como Castells (2007), todos associam a problemática de acesso às tecnologias em África a três fatores: baixo rendimento, falta de infraestruturas tecnológicas e alfabetização. Até certo ponto a formulação mostra-se correta, mas nenhuma é consequência da outra. O baixo rendimento pode não justificar o acesso às tecnologias, pois existem políticas dos governos em prover infraestruturas de acesso às tecnologias sem que as comunidades sejam imputadas os custos.

Não são as mesmas razões identificadas pela PEA (2011) sobre o baixo nível de acesso às tecnologias em África. Este organismo que analisa as questões económicas e desenvolvimento do continente africano aponta o problema para a crise económica global, a falta de conectividade com o resto do mundo, regulamentação inadequada que impede a expansão de modelos inovadores de negócios e a questão do financiamento. (PEA, 2011).

De uma forma geral, a solução de acesso às tecnologias em África depende muito da cooperação com os países ocidentais e a nível interno através das suas instituições de pesquisa e investigação. Por exemplo, os países da África, Caraíbas e Pacífico, ACP, e a

União Europeia adotaram a solução de incrementar os investimentos em Investigação & Desenvolvimento (I&D), mas também da interação entre os costumes, práticas indígenas, novas tecnologias e incentivo a uma educação de qualidade para acelerar a evolução do economia do conhecimento. (PEA: 2011).

O aspeto mais importante para ultrapassar as barreiras é a literacia digital entendida como sendo “ habilidade de construir sentido e trabalhar ampla e interactivamente com a informação eletrónica” ou saber utilizar os recursos tecnológicos para o acesso à informação, compreendê-la, utilizá-la e com isso mudar o pensamento e a consciência crítica. (Osborn, 2006: 91-92).

No mesmo tom, Correia (2005 a) afirma o seguinte:

A educação para os media ser compatível com a ideia de receção activa e de participação cívica inerente ao conceito da sociedade civil como sociedade de comunicação deve incluir-se numa concepção de auto-educação pelo facto de implicar ousar a utilização de inteligência e da própria capacidade de adquirir conhecimento. (Correia, 2005a: 134).

A educação para os media, no contexto africano, apresenta desafios enormes tendo em conta o nível baixo de alfabetização da população. Correia (2005 a) acrescenta que é indispensável providenciar a educação para os media como uma reflexão de natureza crítica. Só depois disto é que devem organizar-se os movimentos de literacia mediática, com vista a promover competências ao cidadão e torna-lo mais sensível aos mecanismos sociais de representação. (Correia, 2005 a: 135).

O fortalecimento do cidadão em países em vias de desenvolvimento sempre mereceu o interesse da UNESCO e de outros atores da sociedade civil africana. É certo que o usuário fortalecido implica o desenvolvimento de capacidades de descodificação de conteúdos digitais e de participação ativa e crítica na sociedade.

Entende-se por fortalecimento do cidadão a alfabetização em tecnologias básicas para ampliar a capacidade de entrar na sociedade de partilha de informação e de conhecimento.

A razão de fundo para a educação e fortalecimento do cidadão relaciona-se com o mundo no qual vivemos, em que a quantidade de informação que circula através de tecnologia de comunicação deixa um grosso número da população menos alfabetizada e com dificuldades de avaliar a “relevância e confiabilidade da informação”. (Wilson *et al*, 2011).

De acordo com Hughes *et al.* (2006:7), a UNESCO lançou em Janeiro de 2001 em Sri Lanka o “Programa de Centros Multimédia Comunitário” (CMC), cujo objetivo era oferecer às comunidades pobres uma porta de acesso ao conhecimento através de combinação de dois serviços, rádio e TIC. Esses CMC partem da filosofia de que a rádio comunitária conectada a um pequeno telecentro aumenta grandemente o alcance e o impacto da comunidade e as fontes digitais disponíveis. Hoje mais de vinte projetos-pilotos estão em funcionamento em 15 países da África, Ásia e Caribe.

O tipo de CMC concebido e desenvolvido pela UNESCO combina os serviços da rádio e telecentro, de forma independente. A rádio emite em Frequência Modular (FM) durante 10 horas diárias num raio de cobertura de 15 quilómetros. O seu pessoal é maioritariamente constituído por voluntários da comunidade, enquanto o telecentro é composto entre 3 a 12 computadores para uso público. Promove cursos de capacitação, bem como oferece serviços de Internet, fotocopiadora, *fax*, e mais. (Hughes *et al*, 2006:13).

Os conteúdos dos CMC são escolhidos de acordo como os interesses da comunidade e gerados localmente e em língua local nos formatos de vídeo, áudio e impresso. (Hughes *et al.* 2006)

Ribeiro (2005), numa análise científica sobre as potencialidades das tecnologias digitais para as pesquisas, o autor afirma que elas reforçam a compreensão das comunidades no processo epistemológico. Esta análise introduz-nos a importância das línguas no ambiente digital como forma de integração dos povos e das comunidades na sociedade de conhecimento e de informação tal como defende a Declaração Universal da UNESCO.

McQuail (2003) reconhecendo a importância das tecnologias para a sociedade, o autor assume uma postura bastante crítica em relação ao centralismo tecnológico dos países desenvolvidos e, assim se expressa:

As novas tecnologias facilitam a globalização, pela sua capacidade de ultrapassar barreiras de tempo e de espaço (incluindo fronteiras naturais) à comunicação. As novas tecnologias são elas próprias muitas vezes globais na sua estrutura e na maneira como trabalham promovendo conformidade nos procedimentos e no uso da língua especialmente o inglês. Originam-se também no «Primeiro Mundo» economicamente dominante, e são desenvolvidas no interesse de firmas e indústrias globais cuja propriedade está centrada nos mesmos países. (McQuail, 2003:137).

McQuail (2003) entende que a tendência global das novas tecnologias da comunicação tentam aplicar o modelo de centro-periferia² de comunicação de massas, isto poderá criar certo grau de “dependência de países ou regiões mais pequenas e mais pobres face aos escassos «produtores principais» de notícias e entretenimento”. (McQuail, 2003:137).

São evidentes os esforços de esbatementos das barreiras criadas pelo fosso digital, por exemplo a UNESCO defende a inclusão cultural e, em contrapartida, a UIT está a criar infraestruturas tecnológicas para a inclusão das sociedades da “periferia”. O Plano de Ação resultante da Conferência de Genebra de 2003, expressa melhor as intenções de todos líderes mundiais em esbater as diferenças digitais, tais intenções defendem: a promoção das tecnologias para conectar aldeias e criar pontos de acesso comunitários; fomentar o desenvolvimento de conteúdos e implantar condições técnicas que facilitem a presença e a utilização de todas as línguas na Internet; assegurar que o acesso ao computador e à Internet esteja ao alcance de mais de metade dos habitantes do planeta. (Plano de Ação de Genebra, 2003).

A UNESCO está preocupada com a dignidade humana na era digital, apesar de reconhecer as potencialidades da Internet como meio de participação de massa no acesso à informação, no conhecimento e no processo democrático, sobretudo a promoção de uma maior interação humana, troca de informação e de experiência. Mas dois aspetos que a UNESCO sublinha nisto tudo: a privacidade e a liberdade de expressão. (Cyranek, 2000).

² O conceito centro-periferia surge da Declaração final da Conferência dos Países Não-Alinhados, de Nova Deli, segundo a qual a circulação das informações globais é marcada por uma grave insuficiência e por um desequilíbrio. Os meios de comunicação estão concentrados em meia-dúzia de países. Os outros estão reduzidos à condição de meros receptores passivos das informações difundidas a partir de alguns centros. (Mattelart, 2000, 310).

Além da preocupação pela questão da privacidade e liberdade de expressão, a UNESCO advoga o fortalecimento do usuário dos países em Vias de Desenvolvimento, “ inseridas em culturas e valores tradicionais”. Entende-se por fortalecimento do usuário, toda a forma de alfabetização digital do cidadão, o domínio das tecnologias básicas, o desenvolvimento de consciência crítica e a participação na rede mundial de informação e de conhecimento. UNESCO incentiva os governos a assumir a responsabilidade de formar pessoas com as competências para adquirir conhecimentos, tornando tanto produtores como usuários de conteúdos.

Mas uma questão salta à vista nas preocupações da UNESCO, o “salto qualitativo” que esta organização dá para a alfabetização digital sem ter passado antes por uma alfabetização massiva da população. Porque a literacia mediática depende inteiramente da alfabetização, ou seja, do saber ler e escrever.

Depois que a alfabetização estiver massificada e tecnologias capturadas pela comunidade, as tecnologias vão operar grandes mudanças em todos os níveis da vida. (Rodriguez, 2006). Numa análise mais detalhada entende-se que as ferramentas básicas de tecnologias permitem a integração e participação de minorias na sociedade de troca de conhecimento.

Para concluir o debate, fica claro que os contextos nacionais sobre aplicação das políticas gerais sobre as tecnologias definidas pela União Africana ou outros blocos regionais do continente não podem ser tratados de forma genérica. Os contextos nacionais são diferentes uns dos outros, por isso deve-se tratar esse assunto numa perspectiva de articulação com outras componentes sociais e culturais, como o caso da multiplicidade linguística.

Por isso, as posições dos sociolinguistas africanos na questão de inclusão das línguas africanas no ciberespaço, que a seguir abordaremos, não só se fundamentam na recomendação da UNESCO de Outubro de 2003 sobre a preservação da diversidade linguística e sua promoção no espaço digital, também são exigências sociais de participação na sociedade de informação com as respectivas identidades culturais. Seja como for, o multilinguismo no ciberespaço é fator determinante de preparação para a sociedade de informação e do conhecimento, onde os media desempenham o papel importante neste aspeto.

2.7. Antropologia dos media: a problemática das línguas e os media em África

O campo da relação entre os media e a cultura dos povos, enquadra-se no território de pesquisa designado “antropologia dos media”. Esta simbiose disciplinar, que inicialmente estava confinada ao estudo e análise da comunicação visual e de filmes etnográficos, decidiu alargar a sua visão de estudo para a relação entre os média e a cultura. (Ferreira, 2008).

Berenblum (s/d) afirma que a língua é o símbolo de identidade que nos permite reconhecer-nos como naturais de uma cidade, localidade ou de uma região ou de um país. O autor ressalva-se que as línguas e as suas variantes estão em constante mutação.

No contexto africano, Kukanda (2000) salienta que existe uma grande diversidade linguística, que o autor reagrupa-as em quatro grupos: Congo Kordofaniana, Nilo-sahariana, afro-asiática e Khoisana. Dentro de cada uma das famílias existem centenas de outras línguas regionais.

De acordo com Kukanda (2000:107), os sistemas coloniais fizeram a imposição das suas línguas durante todo o período de colonização, de acordo com os seus interesses. Essas mesmas línguas foram conservadas depois das independências com o “estatuto de línguas oficiais”. Do ponto de vista do autor, a conservação das “línguas oficiais” visava adesão destes países nas organizações internacionais que tem como base a partilha comum das ditas “línguas oficiais” como a *Commonwealth*, *Organization Internationale de la Francophonie* (OIF), Comunidade dos Países da Língua Portuguesa (CPLP) e a Comunidade dos Países Africanos da Língua Oficial Portuguesa (PALOP).

Silva (2010) justifica que a adoção das línguas europeias como línguas oficiais, porque elas tem a maior potencialidade de se representar no mundo atual com os seus avanços tecnológicos e científicos.

Analisando com profundidade os pressupostos acima colocados, a questão de representatividade das línguas oficiais nas organizações internacionais é um ponto de vista errado. Na verdade, os países africanos não poderiam assumir uma língua oficial, a partir das diversidades linguísticas nacionais, sob o risco de despoletar conflitos étnicos. Contrariamente ao que se tem escrito, existem exemplos em África em que as línguas ofici-

ais são escolhidas a partir das línguas autóctones e que se representam nos organismos internacionais, exemplo disto é a língua *Suahili* e o árabe.

Santana & Facco (2006) apresentam uma perspetiva culturalista. Eles sublinham que África não merece o destaque exclusivo apenas pelos seus factos históricos, mas também devem ser evidenciados os seus valores linguísticos. Esta afirmação dos autores levanta duas questões de discussão interessantes, a cultura e a língua. Do ponto de vista ocidental a África resume-se apenas nos aspetos folclóricos, mas no entender dos autores também é necessário destacar o aspeto linguístico, que constitui uma das riquezas africanas.

É no aspeto linguístico que reside toda a discussão em torno da construção de identidade referida por Santana e Facco (2006). Uma vez que ela foi reprimida durante o período colonial, como se refere Kankunda (2000), agora já é tempo de reconstrução da identidade perdida mediante uma participação crítica na busca do sentimento de pertença.

Em resumo, é neste ponto fulcral da cultura e língua que a tese convoca os novos media moçambicanos para uma inculturação, ou seja, assimilação dos valores culturais e linguísticos locais, de modo a reconstruir as identidades negadas no período colonial e buscar o sentimento de pertença cultural.

É nesta articulação entre a antropologia e os media que Spitulnik (1993) encontra a emergência de um novo campo de estudo baseado na relação de media e cultura. O autor reorienta os estudos com o surgimento das novas tecnologias de comunicação na sociedade moderna, tecnologias que possibilitam a circulação de conteúdos mediáticos nos mais diversos contextos culturais e sociais. Trata-se de um campo que Zelizer (2004) também reconhece existir tensões entre o jornalismo e a cultura.

A massificação das novas tecnologias na sociedade, inclusive nas sociedades menos desenvolvidas, trás um novo dado de estudo que interessa a Wilson & Peterson (2002) e Pasch (2005). Os autores em referência chamam atenção para o desenvolvimento do ciberespaço poder trazer novas configurações linguísticas e étnicos que se organizam e partilham informação entre si. Pasch (2005: 223), apesar de reconhecer o baixo crescimento do número de páginas *Web* em línguas africana, ele acredita que a Internet é o melhor meio para a comunicação escrita do que o jornal.

É nesta perspectiva de Wilson & Peterson (2002) e Pash (2005) estabelecem uma relação entre os media e as línguas africanas. Para os autores, as novas configurações no ciberespaço são formas de inclusão do cidadão nas comunidades virtuais impulsionadas pelas tecnologias, bem como abrem as comunidades para a reprodução dos seus valores culturais, divulgação e na busca das suas identidades através de partilha de conhecimentos.

Face ao cenário de transição dos media analógicos para os digitais propõe-se uma nova perspectiva de abordagem: valorização e inclusão das línguas nacionais nos novos media como forma de comunicação de massa e circulação de conteúdos culturais produzidos nas comunidades.

Mas para compreender melhor a controvérsia das línguas nacionais importa começar com a pergunta de Ouane & Glanz (2010): *Why and how Africa should invest in african languages and Multilingual education?* A pergunta é respondida por muitos autores africanos, mas o mais importante é começar pela UNESCO.

UNESCO (2005) já levantou a problemática das línguas nacionais depois de observar uma exclusão do grosso número das línguas minoritárias no ciberespaço e descreve de seguinte modo o problema linguístico no ciberespaço:

Algunos han calculado que el 75% de las páginas de Internet están redactadas en inglés, mientras otros estiman que la preponderancia de este idioma ha disminuido en un 50%.²⁰ Hay que señalar que estos estudios no tienen en cuenta los correos ni los foros eletrónicos, ni tampoco. El peligro que supone Internet para la diversidad lingüística es uno de los factores más importantes de la brecha digital y constituye una grave amenaza para la diversidad de los contenidos. (UNESCO, 2005: 172).

Graddol (1997) levanta a possibilidade do crescimento mundial da utilização da língua inglesa no século XIX, particularmente, na comunicação global, nas tecnologias e na venda de produtos culturais. Contraditoriamente, alguns pesquisadores estimam que o domínio da língua inglesa no ciberespaço tende a diminuir à medida que a Internet cresce. Seja como for, a contradição estatística não nos deixa de afirmar que as línguas africanas não estão representadas no ciberespaço. Este problema constitui um dos fatores do fosso digital e ameaça para a diversidade cultural e de conteúdos no ciberespaço.

Tabela nº2: Número de usuários de Internet por língua

| Top Ten línguas utilizadas na Web (Número de usuários de Internet por Language) | | | | | |
|--|---------------------------------------|--------------------------------------|---|---------------------------------------|---|
| TOP TEN LÍNGUAS NA INTERNET | Usuários de Internet por idioma | Internet Penetração por Idioma | Crescimento na Internet (2000 - 2011) | Usuários de Internet % do total | População Mundial para esse idioma (estimativa de 2011) |
| Inglês | 565004126 | 43,4% | 301,4% | 26,8% | 1302275670 |
| Chinês | 509965013 | 37,2% | 1.478,7% | 24,2% | 1372226042 |
| Espanhol | 164968742 | 39,0% | 807,4% | 7,8% | 423085806 |
| Japonês | 99182000 | 78,4% | 110,7% | 4,7% | 126475664 |
| Português | 82586600 | 32,5% | 990,1% | 3,9% | 253947594 |
| Alemão | 75422674 | 79,5% | 174,1% | 3,6% | 94842656 |
| Árabe | 65365400 | 18,8% | 2.501,2% | 3,3% | 347002991 |
| Francês | 59779525 | 17,2% | 398,2% | 3,0% | 347932305 |
| Russo | 59700000 | 42,8% | 1.825,8% | 3,0% | 139390205 |
| Coreano | 39440000 | 55,2% | 107,1% | 2,0% | 71393343 |
| TOP 10 IDIOMAS | 1615957333 | 36,4% | 421,2% | 82,2% | 4442056069 |
| Resto das Línguas | 350557483 | 14,6% | 588,5% | 17,8% | 2403553891 |
| TOTAL DO MUNDO | 2099926965 | 30,3% | 481,7% | 100,0% | 6930055154 |

Fonte: Internet World State (2011)

Vilches (2003:44) já reconhecia que as mudanças aceleradas operadas pela Internet provocariam o desequilíbrio linguístico entre o inglês e as demais línguas existentes no mundo. O problema de línguas no mundo é muito mais complexo que simples hegemonia da língua inglesa, pois há contextos sociais em que um indivíduo fala uma e única língua, que não é a língua inglesa.

Nwosu (2005), tendo apercebido da pouca representatividade das línguas africanas no ciberespaço escreveu, de forma radical, na coluna editorial da *African Media Review*, no qual sugeria uma forma de participação do cidadão africano no processo de mudanças políticas midiáticas em África. O autor sustenta-se nas reflexões de inclusão linguística africana de Blankson (2005), que propõe o esforço de todos os africanos na promoção e utilização das línguas africanas nos sistemas nacionais de educação e radiodifusão, no lugar das línguas europeias.

A mesma tese é defendida por Ouane & Glanz (2010) em que levanta questionamentos de grande relevo para a educação multilíngue. No entender do autor, a aprendizagem em línguas maternas oferece a garantia de uma maior taxa de sucesso escolar. Este entendimento do autor corrige os erros cometidos por algumas afirmações pessimistas de que as línguas africanas não eram capazes de produzir e transmitir conhecimentos científicos. Faz todo o sentido que as línguas africanas sejam introduzidas nos sistemas nacio-

nais de educação, porque em muitas comunidades africanas existe um baixo nível do domínio das línguas das antigas potências colonizadoras.

Analisando a questão linguística africana numa perspectiva de complementaridade com as novas tecnologias, Abolou (2010) explica que os fatores associados à crescente urbanização das cidades, a desterritorialização das línguas devido ao êxodo campo-cidade, os media e as novas tecnologias poderão jogar o papel importante na educação e no incentivo as comunidades para o uso das línguas nacionais. (Abolou, 2010: 5).

A reflexão de Abolou (2010) suscita alguns debates mais precisos. Ela pode ser extemporânea tendo em conta que as novas tecnologias trazem uma nova dinâmica no cenário sociolinguístico africano, daí então torna necessário estudar o fenómeno linguística africana no novo ambiente digital, de modo a perceber as dificuldades e necessidades das audiências menos alfabetizadas.

Omojola (2009) e Lexander (2010) afirmam que a Internet é dominada maioritariamente pelos usuários falantes da língua inglesa. Faz sentido que seja assim, porque ela nasceu no ambiente anglófono, portanto, os usuários de origem anglófonos são os responsáveis pelo seu crescimento, mas a hegemonia da língua inglesa pode criar aquilo que a Unesco, (2005) designa de “apartheid tecnológico:

Por un lado la hegemonía del inglés en el ámbito de los conocimientos científicos y técnicos tiende a marginar la mayoría de los conocimientos expresados en otras lenguas. Por otro lado, los criterios de visibilidad económica que rigen la sociedad mundial de la información propenden también a excluir los conocimientos invisibles, ya que las economías basadas en el conocimiento descansan sobre todo en el tratamiento de conocimientos codificados transformados en información. A este respecto, no hay que minimizar el riesgo de que al amparo del desarrollo de las sociedades del conocimiento vayan surgiendo formas espontáneas y difusas de “apartheid tecnológico. (Unesco, 2005:164)

A sociedade está a caminhar para o multilinguismo na Internet, há mais línguas mediadas pelo computador que estão em franco crescimento como o caso do árabe, o *suahili* e o *crioulo* de Jamaica. Mas não existem estudos sobre as línguas da África Subsaariana no espaço digital. (Omojola, 2009 e Alexander, 2010).

Omojola (2009) critica as tecnologias assente na exclusão dos conteúdos e das línguas minoritárias. Com base nos dados estatísticos sobre o universo populacional que fala determinadas línguas no mundo, o autor supracitado chegou a observar que algumas línguas europeias são minoritárias, em relação às outras línguas do mundo e elas impõem-se no ciberespaço. Contrariamente existem grupos linguísticos africanos como *Hausa* falada por 70 milhões de pessoas, *Swahili* por 100 milhões, *Yoruba* por 40 milhões e em contrapartida, não têm nenhuma presença no ciberespaço no mesmo nível de paridade como as línguas Inglesa, francesa ou italiana. (Omojola, 2009: 36).

Adeye (2001) transcende a discussão linguística para o campo das tecnologias, no qual reconhece o impacto e a complexidade do assunto das tecnologias e as culturas africanas. A autora afirma que este assunto tem sido aflorado por muitos pesquisadores africanos. Para Blake (1992), por exemplo, o impacto das tecnologias sobre a cultura africana vai ser positivo e construtivo, assim escreve o autor:

The perspective I have on the impact of the new communication and information technologies on culture, particularly the case of Africa, is positive and constructive. I do not fear the advances in the technologies mentioned above, but rather welcome them in order to put them in the service of African efforts to develop the continent. The impact on culture is seen as good, leading to serious research by Africans at home and abroad, on the mastering and application of the new communication and information technologies. (Blake, 1992: 3)

Esta abordagem introduz a velha questão de valorização das culturas africanas, que é considerada fundamental pelos teóricos africanos para a transição das sociedades africanas para a modernidade. Salienta-se aqui que os valores culturais, particularmente as línguas nacionais, permitem integrar o cidadão nos assuntos de interesse público e no relacionamento com os media.

Esta questão tem levantado atitudes diferentes face aos elementos transformadores das suas culturas. Adeye (2001) e Bamgbose (2011) manifestam um comportamento otimista em relação ao cruzamento das culturas africanas e as tecnologias. Para os autores, o continente africano deve assumir uma atitude diferente e de assimilação destas tecnologias que não destroem os valores culturais, mas que tenham um impacto positivo sobre elas.

As teses de Adeye (2001) e Bamgbose (2011) contrariam à posição de Vilches (2003), segundo a qual a migração para a sociedade de grande circulação de informação implica a perda do território de origem devido “a emergência de novas mediações na cultura, na educação, nos serviços e no consumo”, mas concordam com o autor quando afirma que a “ Internet acelerou ainda mais a tendência ao desequilíbrio linguístico entre o inglês e todas as demais línguas”. (Vilches, 2003: 44).

Não é só a questão de instalação das infraestruturas básicas que pode levar o continente africano para a autoestrada da comunicação global. Osborn (2006) enfatiza na questão das línguas e tecnologias e defende uma segunda alfabetização e o domínio da língua usada nas tecnologias.

As razões linguísticas, que colocam o continente africano na periferia da sociedade de conhecimento, são a base de muita discussão levadas a cabo por investigadores africanos. É consensual, na atualidade, que a língua inglesa é o idioma de trabalho e de abertura ao acesso à informação e ao conhecimento, tal situação coloca as outras línguas do mundo em desvantagem competitiva.

Osborn (2006) reconhece o papel das línguas africanas como o meio de geração de conhecimento, mas elas apresentam a desvantagem pelo facto de não apresentarem uma estrutura ortográfica e gramatical. Diz o autor que elas estão mais no nível de oralidade do que na escrita. Para contornar a questão linguística como barreira de entrada na sociedade de conhecimento, o autor propõe uma nova forma de literacia digital baseado no modelo designado de “multiliteracia”, que consiste no uso de áudio, imagem e texto falado. (Osborn, 2006: 91-92).

Cyrenek (2000) tem sido um dos defensores do multilinguismo na Internet, no qual propõe o princípio integracionista da diversidade linguística na auto-estrada de informação e reivindica a participação e preservação das línguas em via de extinção, assim escreve:

Somente a diversidade de línguas na Internet é capaz de possibilitar a produção de conteúdo local apropriado e com participação de todos, assim como auxiliar a preservação das línguas que podem ser ameaçadas de extinção na era digital. Apesar da crescente diversidade da população de usuários em termos de línguas, uma grande quantidade de obstáculos, com graus variáveis de dificuldade, permanece impedindo que se alcance o multilinguismo na Internet. (Cyrenek, 2000).

Na perspectiva de defender a inclusão das línguas africanas no ciberespaço, sem conflitar-se com outras línguas existentes no mundo, Omojola (2009) sugere uma solução baseada no “afrocomplementarismo”. Uma solução que advoga a combinação entre as tecnologias e os conteúdos produzidos no contexto africano onde os teclados e os sistemas operativos sejam desenhados para contextos africanos. Segundo o autor, para que tal aconteça, o processo começa com iniciativa local em desenvolver uma linguagem indígena. (Omojola, 2009: 37-43).

A mesma visão é partilhada por Diki-Kidiri (2007). O autor propõe o seguinte: levantamento dos recursos linguísticos existentes, orais e escritos, e desenvolvimento da escrita estruturada, elaboração de conteúdos culturais e preparação para o acesso ao ciberespaço e desenvolvimento de comunidade de usuários.

Tanto Omojola (2009) como Diki-Kidiri (2007), a integração das línguas africanas no ciberespaço parece-lhes um processo linear e automático. Na verdade é tanto quanto complexo como parece, salvo que o “afrocomplementarismo” seja uma negociação com as empresas fabricantes de *software* no sentido de incorporar as línguas no sistema.

Para a efetivação da suposta complementaridade, a UNESCO concorda que antes da integração das línguas nacionais no ciberespaço, elas devem ser sistematizadas e codificadas de modo a compatibilizá-las com os sistemas informáticos. (UNESCO, 2005:172).

Para o melhor esclarecimento, o afrocomplementarismo aproxima-se a teoria “dialogista” desenvolvida pela Escola Latino-Americana de comunicação relatada por Gushiken (2006). De acordo com o autor, o dialogismo critica o difusionismo cultural e comunicacional. Rompe com o modelo unilateral e vertical de comunicação e propõe o modelo de “horizontalização dos processos de troca simbólica”. (Gushiken, 2006: 75-76).

O afrocomplementarismo seria uma crítica ao modelo de transferência de tecnologias para o continente africano, de forma vertical e unilateral, com ênfase no fabricante e sua cultura, deixando para o plano de extemporaneidade o conhecimento nativo africano e toda a sua rede de produção de sentido, no qual o grosso número de atores sociais está envolvido.

Seja como for, a informatização das línguas é fundamentalíssima para a sobrevivência das línguas na sociedade de informação, tal como defende a UNESCO (2005):

Es importante recordar que el multilinguismo facilita enormemente el acceso a los conocimientos, sobre todo en el contexto escolar. Las sociedades del conocimiento tendrán que reflexionar sobre el futuro de la diversidad lingüística y los medios para preservarla, en momentos en que la revolución de la información y la economía global del conocimiento parecen consolidar la hegemonía de un número reducido de lenguas vehiculares, que se están convirtiendo en las vías de acceso obligatorias a contenidos que, a su vez, están cada vez más “formateados”. (UNESCO, 2005:163).

A efetiva participação dos africanos na sociedade de conhecimento e de informação não passa só pela inclusão das línguas, existem duas questões a ter em conta nestes debates: a produção de conteúdos e o fortalecimento do usuário.

Cyrenek (2000) aconselha que o processo de produção de conteúdos seja feito pelos próprios africanos. Os conteúdos devem ser elaborados, partilhados e conhecidos pelos usuários nacionais e internacionais. Neste contexto escreveu o seguinte:

Um conceito-chave nesta estratégia é o que se refere ao domínio eletrónico público – informação livre de direitos autorais, incluindo literatura clássica, conhecimentos fundamentais e nativos, informação e dados de governos ou produzidos com fundos públicos em níveis nacionais ou internacionais – que representa uma ampla herança documental acessível a todos, uma janela em culturas nacionais e um suporte inestimável para as indústrias educacionais e culturais nos países em desenvolvimento. Conteúdos locais publicados na Internet pelo governo e organizações da sociedade civil constituem um estímulo à democratização, tanto com o fortalecimento de ações informadas quanto com o encorajamento para maior expressão e diálogo. Para os pequenos atores económicos de países em desenvolvimento, inserir seu conteúdo na Internet pode também significar conseguir uma posição no mercado global. (Cyrenek, 2000)

Noutro ângulo de abordagem, Cyrenek (2000) recomenda que a produção de conteúdos deve começar pela criação de políticas públicas sobre as línguas nacionais, bem como o livre acesso à informação. Para o autor somente a diversidade de línguas na Internet é capaz de possibilitar a produção de conteúdo local apropriado e com participação de todos, assim como auxiliar a preservação das línguas que podem ser ameaçadas de extinção.

Apesar da crescente diversidade da população de usuários, no domínio do computador e de pesquisa na Internet, uma grande quantidade de obstáculos com graus variáveis continua a esbarrar o alcance do multilinguismo na Internet. Existem poucos projetos tecnológicos pensados para o continente africano, com a exceção do projeto *Kamusi*, desenvolvido pela Universidade de *Yale* com uma rede de voluntários do mundo inteiro. Este visa a construção de novos dicionários Swahili e sua disponibilização na Internet, uma vez que o *Swahili* é a língua africana amplamente falada. Dicionários Inglês-Swahili e Russo-Swahili já estão disponíveis, juntamente com um protótipo léxico Inglês-Swahili *online*, que será editado completamente *online* por seus colaboradores. (Cyraneck, 2000).

A partir da reconfiguração do fluxo de informação global, provocado pelas novas tecnologias, McQuail (2003:128) na sua tese sobre as teorias dos novos media considera os novos medias como fator de “ integração e identidade”, conceito definido pelo autor como ferramenta unificadora de distancias geográficas e que abrem espaços para formação de redes de contactos. No entender do autor, o novo jornalismo oferece possibilidade de mudança social e cultural, porque “são mais envolventes e flexíveis, mais ricos em informação”.

Todas as discussões em torno do uso das línguas locais tanto para os governos como para os meios de comunicação social apontam para a inculturação dos media e a valorização das línguas locais. Parte-se do princípio que depois das independências, a questão das línguas é crucial para a manutenção da unidade nacional, para a comunicação política e dos meios de comunicação social.

Existem alguns exemplos de sucessos do uso das línguas locais para o desenvolvimento sustentável em alguns países da região subsariana de África. Blankson (2005) dá alguns exemplos de indigenização da radiodifusão na Zâmbia, em 1960. Segundo o autor, o primeiro governo da Zâmbia, depois da independência, introduziu as línguas nativas nas rádios num país onde há por volta de 20 línguas nacionais diferentes e faladas por 73 grupos étnicos. (Blankson, 2005: 6).

A maioria dos países recentemente independentes de África escolheu, na década de 60 ou mais tarde, manter a língua do colonizador como sua língua oficial. Os meios de comunicação social fizeram o mesmo, exceto a rádio que adotou o bilinguismo no processo de comunicação.

Rachidi (2005) e Okolo (2005) na questão das línguas indígenas apresentam uma visão integradora no processo de desenvolvimento da África. Segundo os autores, as línguas nativas em África devem jogar um papel importante na transmissão de mensagens e na mobilização para o desenvolvimento sustentável.

Os textos de Rachidi (2005) e Okolo (2005) ressaltam um aspecto importante, o contributo dos media para o desenvolvimento. Essa questão só é percebida no contexto africano onde a rádio não é simples media de divulgação de notícias, mas contribui para a educação cívica das comunidades nas matérias de agricultura, higiene e participação comunitária.

Para que as línguas nativas sejam valorizadas e sirvam de verdadeiros instrumentos de mediação, Rachidi (2005) coloca quatro desafios: A reformulação do conceito de Estado; persuasão para favorecer a adesão da população; escolha de língua ou línguas dominantes e integração da União Africana. (Rachidi, 2005:16).

O primeiro desafio interpreta-se como sendo o estabelecimento de uma ligação eficiente entre o Estado e as comunidades de base, ou seja, uma nova plataforma de diálogo direto entre as entidades governativas e o povo usando a língua com a qual nasceram a comunicar-se dentro das suas comunidades.

O segundo desafio, o da persuasão para favorecer a adesão da população, deve ser o processo de partilha da agenda política de desenvolvimento; e por último, o terceiro desafio, a escolha da língua ou das línguas únicas.

Entende-se aqui a escolha da língua ou das línguas únicas no processo de identificação de língua comum, no universo de línguas faladas nos territórios nacionais, e escolher uma ou várias línguas nativas que sirvam de línguas nacionais. Este desafio é extremamente perigoso no contexto africano ou nacional. Porque as identidades étnicas e linguísticas africanas são bastantes sensíveis à segregação, situação que pode provocar conflitos étnicos e guerras tribais.

E por fim o desafio de línguas únicas nos blocos regionais africanos. A partida não se pode falar de uma única como uma nação. Existem muitas áfricas e suas diversidades linguísticas e culturais, onde as unidades linguísticas não são integráveis por razões históricas.

A primeira tentativa de integração de integração das línguas africanas partiu da Declaração de Harare, de Março de 1997, que tenta definir os conceitos de língua materna, línguas inter-africanas e línguas internacionais. (Rachidi, 2005).

A Declaração de Harare define a *língua indígena* como sendo aquelas línguas comunitárias, locais, vernáculos ou de base, ou seja, as línguas que se circunscrevem a comunidade em que as utilizam. Por línguas *inter-africanas* define-as como sendo aquelas que são utilizadas nas fronteiras nacionais em África (exemplo Kiswahili, Haussa, etc.), finalmente define as *línguas internacionais*, aquelas línguas utilizadas para a comunicação entre pessoas de diferentes países em África e fora dela. (Rachidi, 2005:20).

A valorização e a promoção das línguas nativas africanas, não é exclusivamente uma preocupação política da UNESCO em defesa das línguas minoritárias, é uma questão de direitos humanos associados ao direito de acesso ao conhecimento.

Durante o período da colonização, o uso de línguas ocidentais impôs-se como um padrão referencial da cultura e de civilização, facto que interferiu, de certo modo, para o processo de apropriação forçada da cultura ocidental pelos africanos. (Rachidi, 2005: 20).

Rachidi (2005) reforça a ideia de que a centralização das línguas europeias como línguas de comunicação científica impede a transmissão das grandes ideias que existem nas outras línguas, desfavorece a disseminação do saber e da criatividade científica africana. O autor recomenda o desenvolvimento de uma política linguística alternativa suscetível de favorecer a disseminação do saber africano.

A reflexão de Rachidi (2005) levanta questões mais sérias sobre a problemática das línguas africanas, precisamente, uso das línguas africanas na ciência, alfabetização em línguas africanas e a políticas de línguas nativas. Estes problemas só têm uma possível solução se existir a sistematização e padronização das gramáticas das línguas africanas.

Abordando concretamente a questão das línguas nativas no processo de comunicação social, Blankson (2005) guarda muitas expectativas de desenvolvimento do cenário do pluralismo mediático em África, mas tem o receito que este pluralismo transforme os meios de comunicação sociais africanos em instrumentos destruidores das línguas e

culturas milenares do continente. Ele observou que o cenário pluralísticos dos media africanos privilegia as línguas dos colonizadores europeus. (Blankson, 2005:2)

Na visão de Cyranek (2000), a preocupação da UNESCO é o acesso e produção de conteúdo por parte dos países em vias de desenvolvimento. Segundo o autor, os conteúdos financiados e produzidos pelos organismos públicos devem ser vistos como um bem social e que devem ser livres de direitos autorais.

A integração das línguas é fundamental para as sociedades contemporâneas, em particular as africanas, porque o conhecimento coletivo não se produz de forma isolada ou pessoal, mas gera-se de forma integrada e uniformizada. Assim sendo, as tecnologias reforçam o papel das línguas na produção de novos conhecimentos e funcionam como integradores de pensamentos grupais, étnico ou tribal, que passam para o universo comunicacional mediado pela Internet.

Sissouma (2001) vislumbra algumas dificuldades de inclusão digital no contexto africano. A primeira tem a ver com o uso das línguas locais no ambiente digital. Nisto, o autor afirma que os leitores africanos poderão se confrontar com a dificuldade de descodificação de textos escritos noutras línguas, a segunda é o problema da definição de políticas públicas das línguas nacionais.

A questão de políticas públicas das línguas nacionais reaparece no discurso da UNESCO expresso na *Conferência Internacional da Diversidade Linguística e Cultural no Ciberespaço*, realizada na Rússia em 2008 sobre as línguas minoritárias no ciberespaço.

Face a convergência de argumentos entre os teóricos africanos, é legítimo encontrar um modelo que permite introduzir as línguas nacionais no processo comunicativo dos media, onde a comunicação digital é, hoje em dia, mais acelerada e dinâmica. As abordagens aqui lançadas são conducentes ao reconhecimento da importância das línguas nacionais nos media, facto que justifica o imperativo de elaboração de políticas públicas de promoção e incentivo da indústria de comunicação que use as línguas nacionais.

As considerações finais deste capítulo chamam-nos atenção em cinco pontos fundamentais: i) os atores africanos na execução das políticas públicas sobre as tecnologias; ii) atual estágio dos investimentos e as barreiras de literacia digital; iii) a literacia digital e

o fortalecimento do cidadão, iv) a situação dos media africanos face às novas tecnologias e, por último, v) o papel do telemóvel no reforço da imprensa.

O surgimento dos atores africanos na implementação de tecnologias básicas de comunicação no setor dos media produz um efeito imediato nas redações e, consequentemente, na forma de aproximação ao cidadão. Por isso Hamelink (2008) fala da necessidade de melhoria de política de comunicação com impacto nas sociedades mais remotas. O autor reconhece que a política global de comunicação, em particular as africanas, estão a registar melhorias significativas nas políticas públicas, graças a liberalização do mercado das telecomunicações.

Há um certo otimismo e relação as investimentos tecnológicos e superação das barreiras de literacia digital. De acordo com Akpan (2000), Adeya (2001), PEA (2010) e Livingston (2011) o continente africano está a registar melhorias nos investimentos. Segundo Akpan (2000), o continente africano recebeu uma ajuda financeira de 15 milhões de dólares americanos para investir nas infraestruturas de conectividade e PEA fala de 424 milhões de dólares americanos disponibilizados pelo Banco Mundial além da ajuda do governo chinês. Neste momento, esses investimentos ainda não se fazem sentir no cidadão comum, em termos de acesso às infraestruturas de comunicação na comunidade, o acesso à internet, etc. As razões disto são os atuais custos que são bastantes elevado devido à exploração destas pelas empresas privadas com grandes interesses comerciais em África. Além do problema de acesso às tecnologias, o continente ainda tem o índice do analfabetismo bastante elevado, fator que influencia na literacia digital, porque um depende do outro.

A literacia digital e o fortalecimento do cidadão é uma solução encontrada pela UNESCO, através de Centros de Multimédia Comunitário, para ultrapassar o mais rapidamente possível as barreiras de aprendizagem digital. (Hughes, 2006). Do meu ponto de vista, essa solução não deve ser vista como uma solução única e infalível de fortalecimento do cidadão. As escolas devem ser chamadas a participar na formação inicial das crianças em matérias de manipulação das ferramentas tecnológicas básicas como o computador e uso da Internet.

Os media africanos enfrentaram problemas de monopolização dos Estados logo depois das independências. Kasse (2001) e Fouda (2009) já diziam que estes problemas foram

superados com as democratizações dos sistemas políticos africanos. Sissouma (2001) e Mabweazera (2011) reconhecem o papel das tecnologias de comunicação nos media como fatores impulsionadores do jornalismo digital, porque algumas políticas públicas são favoráveis para o desenvolvimento do jornalismo digital. Nos autores supracitados há um excesso de otimismo. Existem outras condições complementares para o impulso do jornalismo digital inculturado: políticas públicas sobre as tecnologias e alfabetização digital do cidadão.

O fenómeno de massificação do telemóvel em África é discutido por Jensen (2008) e Cava (2001) e demonstrado em gráfico por Otieno (2009) e Levingston (2011). Os autores supra-citados revelam que os telemóveis têm uma taxa de penetração mais alta do mundo. Estes dados animadores não só impulsionam a interação comunicativa entre as comunidades africanas como também reforçam a presença dos media na comunidade. O grande desafio nesta matéria é o papel dos media se inculturarem nos novos contextos de diversidade linguísticas e comunicar-se eficazmente com as comunidades através das potencialidades do telemóvel como novo recetor à par do rádio à pilha.

No que toca à penetração do telemóvel nas comunidades africanas, estudo de Banda (2010) chegou a conclusão de que os telemóveis impulsionam a participação do cidadão nos processos de governação e na formulação de opinião nos meios de comunicação social. Acrescida a conclusão de Banda (2010) entende-se então que o telemóvel pode desempenhar múltiplas funções numa comunidade, desde receptor do sinal da rádio a meio de comunicação.

Como tornar o telemóvel uma ferramenta de desenvolvimento sustentável de comunicação com características africanas? Para essa discussão é fundamental começar por discutir o assunto de conteúdos, na perspectiva de línguas nacionais.

As questões das línguas nacionais são colocadas na agenda de debate pela UNESCO (2005), seguido de reflexões de Blankson (2005), Diki-kidiri (2007), Omojola (2008) Abolou (2010) e outros. Nestas reflexões, a visão partilhada entre eles é de criação do “Afrocomplementarismo”, ou seja, a combinação das tecnologias e as línguas nacionais. Neste aspeto, o debate levantado pretende revestir os media africanos de identidade própria baseada nos valores culturais.

Entende-se até aqui que quanto mais for o envolvimento das comunidades no mundo de grande circulação de informação através do domínio de recursos tecnológicos em línguas nacionais, mais amplia a sua colaboração como fonte de produção de conteúdo.

Não restam dúvidas que o continente africano está a incorporar lentamente as tecnologias como fator de desenvolvimento como retrata Adeye (2001), Berger (2009) e Levingsto (2011), mas a barreira de apropriação das novas tecnologias de comunicação e informação reside no baixo nível de alfabetização da sua população.

CAPÍTULO III: JORNALISMO MOÇAMBICANO: DO PAPEL AO DIGITAL

Tendo como centro de estudo “As mudança para o jornalismo digital na imprensa pública e privada moçambicana”, o presente capítulo visa responder a seguinte pergunta de partida: Qual é o percurso histórico do jornalismo moçambicano até à digitalização?

A imprensa moçambicana, apesar de ainda estar ancorada no sistema de distribuição de conteúdos em formato de papel, ela mantém uma posição centralizada num nicho de leitores urbanos, mais alfabetizado e esclarecidos. O papel continua a ser o principal suporte de comunicação até então dominante, apesar das transformações que ocorrem no sentido da digitalização dos jornais.

Aos poucos, a partir de 2006 os jornais moçambicanos começaram a enveredar-se pela comunicação digital e, dessa forma, eles se aproximavam ao ciberespaço mundial através do processo de transposição direta de conteúdos do papel para o digital. Até agora existe uma tentativa de alguns jornais que desenham os seus conteúdos pensando no digital aproveitando as potencialidades que estes meios oferecem.

Academicamente são quase nulos os estudos específicos em torno do jornalismo digital em Moçambique. Existem, de forma dispersa, vários relatórios divulgados sobre os media em Moçambique, onde se destacam os seguintes documentos: o relatório do Barómetro Africano de Media de 2009 sobre Moçambique; o relatório do MISA Moçambique sobre Acesso à Informação nas Instituições Públicas; o relatório da *Genderlinks*, intitulado *Tectos de Vidro: Mulheres e Homens nos Órgãos de Comunicação da África Austral*, e ainda um relatório sobre *Inclusão Digital em Moçambique*, com dados atualizados sobre o processo da integração das tecnologias no país.

Já houve uma pesquisa preliminar sobre os indicadores dos media em Moçambique, intitulado *The Media Development Situation in Mozambique: A study Undertaken for UNESCO. Sector for Communication and Information*, de 2008, do Prof. Helgie Ronning; do Department of Media and Communication da Universidade de Oslo.

Até então, os indicadores de ciências e tecnologias, estudos realizados pelo Ministério das Ciências e Tecnologia de Moçambique, descrevem que a situação da migração tecnológica em Moçambique é caracterizada pela progressiva taxa de penetração em diversos sectores da sociedade, exceto o sector dos media.

As discussões sobre o percurso histórico do jornalismo moçambicano até a atualidade são marcadas por vicissitudes históricas que remontam o período colonial. Atualmente, governo moçambicano reconhece o papel das novas tecnologias no desenvolvimento social, cultural, económico e inclusive dos media. Então a questão que se coloca é: qual é a história dos media moçambicanos?

Para responder a questão acima colocada não é tão fácil quanto parece, por exigir uma análise da história geral do país, das políticas públicas sobre as tecnologias, do cenário mediático nacional e desembocar na migração dos media para o digital. Nisto, é fundamental contextualizar Moçambique quanto à sua geografia, história e as políticas públicas sobre as tecnologias.

Moçambique tornou-se independente em 1975, depois de 10 anos de luta armada de libertação nacional conduzida pela Frente de Libertação de Moçambique, (FRELIMO), contra a potência colonial portuguesa. Nos primeiros 15 anos a seguir à sua independência, o país viveu o clima de guerra civil sustentado pelos regimes minoritários e segregacionistas do Zimbábue e da África do Sul.

Terminada a guerra civil, com assinatura do Acordo Geral de Paz em Roma no dia 4 de Outubro de 1992 que pôs fim ao conflito militar interno, que opunha o governo e a Resistência Nacional de Moçambique (RENAMO).

A seguir ao Acordo Geral de Paz, o país adotou uma constituição democrática e multipartidária, com separação de poderes, direito de formar partidos políticos, consagração da liberdade de expressão e de imprensa, bem como um sistema judiciário “independente”, entre outros.

Coincidindo com o ano das primeiras eleições democráticas na vizinha África do Sul, Moçambique realizou também as suas primeiras eleições multipartidárias em 1994, abrindo assim uma nova era de pluralismo político. Até 2006, havia 40 partidos políticos registados, sendo a RENAMO o maior partido da oposição. (Mário, 2010).

De acordo com o Censo de 2007, atualmente, 50.4 por cento de adultos em Moçambique são analfabetos (**Ver anexo nº4**). Para mudar rapidamente este quadro, a política do governo no sector da educação procurou incrementar a educação primária obrigatória.

3.1. Resenha histórica da imprensa moçambicana

No dia 7 de Dezembro de 1836 o decreto emanado pela Rainha Dona Maria II (1834-1856) determinava que as colónias portuguesas possuíssem meios de impressão de gazetas oficiais, junto a cada governador da província³. Em Lisboa, capital das províncias ultramarinas já tinha a Imprensa Nacional, que se encarregava em publicar o *Diário do Governo*. Na Índia, na qualidade de colónia mais antiga, já tinha a sua tipografia muito antes do Decreto da Dona Maria II. Ela foi introduzida pelo patriarca da Etiópia Dom João Nunes Barreto, em 1556, durante o reinado de Dom João II (1522-1558). (Rocha, 2000: 29-30).

As informações acima apresentadas são confirmadas por Capela (2010). O autor acrescenta que a liberdade de imprensa levou a Moçambique alguns tipógrafos que viriam a desempenhar ações de agitadores sociais, que eram constituídos na sua maioria por militares, que em vez de obedecerem às ordens de Lisboa de expansão da colónia levaram as suas missões paralelas de interferência direta na esfera política governativa.

Associada à liberdade de imprensa nas colónias portuguesas, Sousa *et al* (2010) relatam que ela foi impulsionada pelo D. João VI, na altura que jurou perante a Constituição (provisória) no dia 4 de Julho de 1821. A Constituição estabelecia pela primeira vez em Portugal o princípio da liberdade de imprensa. (Sousa et al, 2010:16).

A partir de 1834, três anos antes da criação da imprensa em Moçambique, Portugal vivia o período de instabilidade política e militar. A nível da imprensa surgiram em Moçambique vários jornais, alguns dos quais clandestinos e outros legais. (Sousa et al, 2010).

Moçambique foi uma das últimas colónias a receber a tipografia em 1854, quase trezentos anos depois da Índia. Na altura, o governador-geral de Moçambique era o Major Vasco Guedes de Carvalho e Meneses (1854-1857). Depois da instalação do equipamento tipográfico resultou o primeiro jornal impresso intitulado *Boletim do Governo de Moçambique*, no dia 13 de Maio de 1854. No mesmo ano a imprensa publicou o primeiro livro em Moçambique denominado *Regulamento Geral das Alfândegas das Províncias de Moçambique*. Mais tarde com a transferência da capital moçambicana da Ilha de

³ Cada colónia portuguesa era considerada província ultramarina de Portugal e tinha um governador nomeado pelas autoridades metropolitanas.

Moçambique para Lourenço Marque, em 1898, também o jornal transferiu-se quando tinha atingido o número 50. (Rocha, 2000:29-30, Hohlfeldt, 2009:140).

De acordo com Rocha (2000), a primeira tipografia privada data em 1876 pertencia ao Francisco Paula de Carvalho e João Sinfónio de Carvalho, instalado na então capital de Moçambique, ilha de Moçambique, para imprimir o Semanário *Africa Oriental*.

3.1.1.Os primeiros jornais moçambicanos do período colonial

Nesta discussão é preciso perceber que os primeiros jornais moçambicanos criados no período colonial, exceto os jornais africanista, eram direcionados para informar a comunidade portuguesa residente em Moçambique. Quase que a maior parte da comunidade portuguesa na colónia de Moçambique tinha uma ligação direta com os movimentos políticos e ideologias da metrópole portuguesa. Alguns destes jornais tinham linhas editoriais bastante contundentes em relação ao regime, facto que explica os constantes atritos e um ciclo de vida muito curto dos jornais.

Relatando a história da imprensa moçambicana, Rocha (2000) afirma que a primeira *Folha Oficial de Moçambique* era, simultaneamente, o primeiro jornal oficialmente publicado em Moçambique, constituída por quatro páginas. Este jornal durou desde Maio de 1855 até 1975, altura da independência de Moçambique. Foi durante este período que o jornal se tornou um dos marcos de referência e fonte de informação para a comunidade portuguesa constituída maioritariamente por militares, funcionários da administração e missionários.

Como se pode notar, a partir dos escritos de Rocha (2000), a *Folha Oficial de Moçambique* não era precisamente um jornal como tal, mas tratava-se de um boletim informativo no qual eram publicados os decretos. Por essa razão se explica o seu ciclo de vida bastante longo, que vai desde 1855 até a altura da independência de Moçambique, em 1975.

Rocha (2000) relata ainda que o teor do *Boletim do Governo de Moçambique*, já determinado pelo decreto de D. Maria II, de 7 de Dezembro de 1836, previa que o documento versasse sobre informação oficial e extratos de decretos regulamentares, mas também assuntos noticiosos sobre os preços correntes, notícias marítimas, informações estatísticas, enfim, tudo o que fosse necessário para informação pública. Esta abertura quanto ao

valor notícia no Boletim Oficial alargou-se precisamente no dia 26 de Janeiro de 1855, por consulta do Conselho Ultramarino e tendo sido aprovado no dia 15 de Fevereiro de 1855.

Apesar do *Boletim oficial de Moçambique* incluir matérias noticiosas nas suas páginas, Rocha (2000) afirma que o órgão nunca atingiu o patamar de órgão de informação por excelência, muito menos os assuntos tratados eram do interesse do público, mesmo assim, durante muitos anos, foi “o jornal pontual e organizado, bem impresso e limpo de gralhas...” Rezam os relatos que foi a partir deste boletim Oficial que nasceram os primeiros “jornalistas moçambicanos”. (Rocha, 2000: 36).

Além do *Boletim Oficial do Governo* e do jornal *O Progresso* (este último teve uma existência muito curta e com teor incisivo e crítico aos magistrados). Existiram mais onze jornais noticiosos, uma revista literária e um boletim científico. No dia 5 de Setembro de 1872 apareceu o bissemanário intitulado *Noticiário de Moçambique*, que saía às quintas e domingos. Infelizmente o *Noticiário de Moçambique*, deixou de se publicar em 1873 e o último número tinha a data de 27 de Março, (Rocha, 2000: 43).

O jornal *O Progresso* propunha a ser um jornal religioso, instrutivo, comercial e agrícola, mas devido à censura na sua primeira edição ditou a sua extinção. (Hohlfeldt, 2009: 142).

No dia 10 de Abril de 1873 iniciou a publicação de um semanário com o título de *Jornal de Moçambique*, que durou apenas dois anos até 1875. Este foi substituído por *África Oriental*. Vieram outros jornais como a *Verdade*, o *Gato* editado até 1882, seguido de *África Oriental*; *Correios de Moçambique*, publicado em 1881, o *Imparcial*, que nasceu em 1885, e há ainda a história de existência de um jornal intitulado *Civilização Africana* e do *Moçambique*, este último que publicou o seu primeiro número no dia 15 de Dezembro de 1888 e o último em Janeiro de 1889. (Rocha, 2000:45).

De acordo com Rocha (2000) alguns destes jornais tiveram pouca duração, mas no meio de tudo isto existe a falta de dados históricos, precisos, sobre a história de imprensa em Moçambique, porque alguns deles sofreram severas repreensões e censuras políticas que acabaram por desaparecer por completo. (Rocha, 2000: 45).

Aranha (1885) resume de seguinte modo os jornais em circulação no Moçambique de acordo com a sua linha editorial e data de fundação:

Quadro nº1: Primeiros jornais moçambicanos no período colonial

| Jornal | Linha editorial | Ano |
|--|---------------------------------|------------|
| Africa oriental | Político | 1872 |
| Africano | Político e noticioso | 1878 |
| Boletim Oficial do Governo da Província de Moçambique | - | 1854 |
| Gato | - | 1880 |
| Jornal de Moçambique | Político e noticioso | 1873 |
| Noticiário de Moçambique | Político e noticioso | 1872 |
| Progresso | Político | 1868 |
| Quelimanes | Político e noticioso | 1882 |
| Verdade | Político, literário e noticioso | 1880 |
| Vigilante | Político e literário | 1883 |

Fonte: Aranha (1885)

Tal como se pode ver nesta relação de jornais no Quadro nº1, todos eles eram publicados no período da monarquia portuguesa. Todos apresentavam em comum alguns traços críticos que imediatamente eram censurados e banidos da circulação. Este comportamento dos jornais do período da monarquia continuou mesmo depois da proclamação da república e no período salazarista.

Tal como afirma Rocha (2000), ainda falta o levantamento exaustivo de todos os jornais que estavam em circulação em Moçambique e além demais, os dados cronológicos de fundação dos jornais são contraditórios entre si como se pode ver em Rocha (2000) e Aranha (1885).

3.1.2. Imprensa operária

Os primeiros periódicos publicados pela imprensa operária em Moçambique destacam-se os seguintes: *O ideal*, órgão de comunicação da primeira associação de Classe de Moçambique, que só publicou dois números únicos em 1901 e 1902; *Vida Nova*, fundado em 1907 por Patrício Luís Ferreira Leão, um operário metalúrgico. Este jornal não foi de grande influência junto dos operários. (Rocha, 2000: 107).

A verdadeira imprensa operária dedicada exclusivamente a defesa dos interesses dos trabalhadores, sobretudo, os estatais, dos Portos e Caminhos-de-ferro, da Imprensa Nacional, água, estivadores e outros eram os seguintes: *Os Simples* (1914-1913); o *Emancipador* (1919-1937) e o *Germinal* (1914-1918). (Rocha, 2000).

De acordo com os estudos de Hohlfeldt (2008), o *Emancipador* passou por vários momentos de turbulência associada a sua luta operária. Foi duramente perseguido pela justiça local. Era um semanário que ao longo da sua vida sustentava entre 8 a 10 páginas. A única diferença que tinha em relação aos outros jornais era o facto de este não conter nenhuma publicidade de empresa nas suas páginas, devido às suas posições políticas e sociais por eles defendidos. (Hohlfeldt, 2008: 18-19).

Ao longo da sua existência, o *Emancipador* teve 873 edições, mas na sua edição 168, no 1º de Maio de 1923, passou a intitular-se *Semanário Operário*, por consenso dos 40 acionistas do jornal, constituídos por trabalhadores.

Na perspetiva de Hohlfeldt (2008), o *Emancipador* foi verdadeiramente um jornal de promoção de cidadania, por isso ocupa o lugar especial na história do jornalismo moçambicano do período colonial.

Figura nº 3: Primeiro jornal de cariz operário

ANO VI

Lourenço Marques, 2 de Maio de 1925

N.º 255

O Emancipador

SEMANÁRIO OPERÁRIO

EDITO—JOAQUIM DE MATOS

ASSINATURAS

Trimestre 0.03.0

Semestre 0.06.0

Ano 0.12.0

Número avulso 3 d.

Composto e impresso na tipografia da «Empresa do «O GERMINAL»

Originals que não sejam publicados não são restituídos aos seus autores

Redacção e administração

Avenida 2 de Outubro «Casa das Três

111, Lourenço Marques

Caixa postal 134

ANUNCIOS

Por cada linha, na ordem respectiva: 1.ª

A 1.ª linha por semana 100 réis

A 2.ª linha por semana 80 réis

A 3.ª linha por semana 60 réis

A 4.ª linha por semana 40 réis

A 5.ª linha por semana 20 réis

A 6.ª linha por semana 10 réis

A 7.ª linha por semana 5 réis

A 8.ª linha por semana 3 réis

A 9.ª linha por semana 2 réis

A 10.ª linha por semana 1 réis

A 11.ª linha por semana 0.50 réis

A 12.ª linha por semana 0.25 réis

A 13.ª linha por semana 0.10 réis

A 14.ª linha por semana 0.05 réis

A 15.ª linha por semana 0.02 réis

A 16.ª linha por semana 0.01 réis

A 17.ª linha por semana 0.005 réis

A 18.ª linha por semana 0.002 réis

A 19.ª linha por semana 0.001 réis

A 20.ª linha por semana 0.0005 réis

A 21.ª linha por semana 0.0002 réis

A 22.ª linha por semana 0.0001 réis

A 23.ª linha por semana 0.00005 réis

A 24.ª linha por semana 0.00002 réis

A 25.ª linha por semana 0.00001 réis

CARTA ABERTA

Ao Ex.º Sr. Alto Comissário da República na Província de Moçambique

Disseram-me amigos, que sim, que continuasse escrevendo a V. Ex.ª porque segundo informes colhidos pelo alto, estava V. Ex.ª na disposição de corrigir erros que se destacam na administração da Província e por conseguinte moralizar os costumes que de há tempos para cá estão bem corruptos.

Trato hoje de divulgar um caso que anda aí de boca em boca e que a ser verdadeiro, bem merece a especial atenção de V. Ex.ª atendendo a que a sua gravidade não pode deixar impune o autor da proeza.

Numa sessão que se realizou num lugar onde ultimamente se tem distribuído muito a vontade os dinheiros do Estado em proveito de aliciados, que aproveitando tarefas de serviços que o Estado faz por uma quarta parte, quer violando verbas que se não justificam, deu-se uma ocorrência grave que a gente da rua muito interessa saber e contada por quem, sendo indiscreto viu, ouviu e teve que fugir por corar ante a desfeitura de certos cavalheiros, que altamente colocados e com aspirações a muito maior grau na hierarquia social, se deixam arrastar a meios violentos, quando eles, com o mando nas mãos, procedem duma forma tzarista contra os que demonstram a menor soma de revolta.

Conta-se pois, que o indivíduo que presidia a essa sessão, atacado por um vogal do mesmo Conselho acerca dumas praxes quaisquer, que não foram cumpridas, arvorou em dono e mentor daquele corpo consultivo pretendendo apoderar-se pela violência duns documentos que esse vogal possuía e sendo necessário, a fim, recorrer à violência para se esquivar do assaltante.

Não sei se é sina desta terra, mas, já quando há um suicídio ou outros desastres, tem que se marcar dois ou três casos idênticos. Assim, como houve aqui há pouco um assalto, parece que o espírito maligno cavalheiros ficaram sugestivos com a acção, e, a não ser assim, não se pode admitir que o assalto levado a efeito pelo presidente da dita sessão aos documentos do vogal referido

to aos documentos do alheio. Esse sr. presidente e segundo relata o nosso informador, tentou apoderar-se de documentos dum vogal, pela violência, e obrigado a recuar devido à força do atacado, encerra a sessão quando lhe pedem responsabilidades dum caso que ilegalmente praticou.

Ex.º Sr.

A moral dos serviços do Estado, que V. Ex.ª aqui representa e que ainda há pouco foi atacada por um jornalista, exige que casos destes tenham uma imediata satisfação visto que aproveitam-se verbas saltando-se por cima da lei que se pode autorizar constitua acto condenável.

O procedimento do presidente do Conselho, assaltando o vogal para lhe subtrair os seus documentos constitui um crime que oficialmente deve ser julgado.

Se V. Ex.ª entende que a Província deve mudar de hábitos de governação, tem que castigar os culpados, nestas graves faltas.

Urge que a administração da Província esteja em mãos cautelosas e sendo o organismo a que venho de referir-me o mais importante nesta Província, tem V. Ex.ª o dever de acutelar os seus interesses de supostos aventureiros que dissem-se pela boca de amigos possuidores de virtudes benditas e incenso, vão contando dando do bôlo do Estado aos aliciados e votando às escondidas dos respectivos Conselhos o que é contra o estatuto na lei, verbas que sobem a milhares de libras.

Providências Ex.º Sr.!

A Província não pode suportar mais estes abusos!

Manuel Alves Cortiço

Boisno importante

Pede-se a todos os assinantes desta revista para liquidarem os seus débitos para que a sua vida não seja dificultada, pois que, caso contrário, tememos a existência de «O Emancipador» tem feito pressão sobre a quem deve dinheiro para impedir a sua publicação.

Espera a administração de «O Emancipador» que os assinantes dos diários liquidem os seus débitos, habilitando assim a liquidar os compromissos que «O Emancipador» tem.

A administração de «O Emancipador» está na firme propósito de proceder de uma forma talmente desagradável para com aqueles a quem foram enviados avos dos seus débitos e que não cumpriram com o dever de pagar as suas contribuições.

CONSELHO DE FINANÇAS

Os Implicados também a Voz da Justiça! Tramam na sombra contra «O Emancipador», que quer sondar os mistérios que envolvem a grande escaleira.

III

Prossigamos a nossa ingrata tarefa. Comecei com o leitor, se quiser ouvir coisas interessantes que nos fizem recordar os costumes das fadas, onde se ouvia falar dos castelos que se erguem e homens que se tornam ricos em poucos dias... em muito poucas horas, mistericamente... como por um encanto!

Magis os felicitaria, não se espanta, leitor. O nosso informador é um homem de espírito, segas perito na matéria de suor fado e diário, sem fazer alarde ao redor de si.

Ocaso me lo:

— Pelo que toda a gente sabe, no Comissariado da Polícia, deve constar alguma coisa sobre o exame de antropologia feito pelo sr. dr. Arêbreu Silva, após o suposto arrombamento da janela. É em todo caso, parece que todos os feitos consumados se atribuem ao misterioso empregado que seguiu para Lisboa, após o desastre que fez cair a máscara a certos homens que se diziam virtuosos.

— Como seguiu para Lisboa um homem contra quem ainda pesam grandes acusações?

Perseguições.

— Altos auspícios fêzram com que o indivíduo em questão partisse sem nenhum embargo, porque assim exigiam as circunstâncias.

Era um homem que gostava muito de andar a ligas, e isto era muito grave... gravíssimo até!

— Há quem diga que em todos esses arrojados está implicado o referido empregado?

— Corre mundo, que esse homem era simplesmente um manequim bem remunerado.

— É certo que esse empregado foi obrigado a pedir demissão do lugar de contador do Auditoria?

— Sim, senhor. As acusações condenavam-no à morte: a demissão era certa, se os restantes interesses do Estado não andassem por cima e máca, usando sangue por todos os póros para salvar os seus homens. É como o escândalo era gravíssimo, o superior sintonizado da réplica, obrigou-o a pedir a demissão de seu lugar, imediatamente. Seguiu para Lisboa fortemente recomendado para ver se ainda chega a tempo para retirar o seu pedido de demissão, porque nesta Nova Era da República tudo é possível.

— Se foi obrigado a pedir a demissão é porque o caso ERA GRAVE?

Obstáculos.

— Grave!... Gravíssimo!

Ainda há quem diga que o referido empregado que viria em bom harmonio com os seus colegas do Conselho, aproveitava das autorizações já concedidas, — pedidos de saque — da seguinte forma: — Um felano misterioso do Conselho, juntando os documentos necessários, em saque de importância 2..., é autorizado a

referido saque o tal funcionário vendo a qualidade da peça e sabido que era uma alma imortista e ignorante das altimanhas dadas sempre de, considerava que o pedido estava indeferido. O pol e homem seguiu o seu caminho e orbeis marchas, utilizando dos seus desuses talres, enquanto que o fíguro aproveitava da mesma autorização para o seu tanto regaboi.

A a vítima, pelo que dizem, eram numerosas.

— O que é que os encorajava para amassar as suas fechanas?

Perseguições.

— O partido a que pertenciam, ... e os homens do bargo que lhe garantiam a paz e tranquilidade.

Como essas coisas e públicas se pode provar, era talvez mais a motivo que o encorajava nas suas fechanas. Mas a justiça que... quisera cumprir o seu dever, pôs a bom vilar do delegado do governo junto do B. N. U. uma lista de todos os saques autorizados e levantados, e verificadas as passadas se efectivamente tinham utilizado da mesma autorização.

Está é que era o caminho a seguir? Não sabia que se descobrisse os mistérios que se fazem em volta dos escândalos que desastrosam a administração pública.

É como isto vai longe, o nosso informador ficou com a palavra reservada para a próxima semana.

* *

Sibamos que alguns indivíduos se têm incomodado bastante com o que «O Emancipador» tem publicado sobre o Conselho de Finanças, e que por isso estão temendo a ideia de fazer as suas manequinhas pretendendo saber quem é o nosso informador.

Fiquem sabendo tem precisos cavalheiros que nada conseguem com as suas intações porque para se ver que a questão do Conselho de Finanças é uma pouca vergonha tremendíssima, basta o levantamento da polícia e completude manifestada pelo silêncio do jornalistas desta cidade que tem como misteriosos criaturas que tiveram interferência directa neste caso.

Tais indivíduos revêlam simplesmente terem recio de serem desmascarados, e por isso tramam a sombra contra «O Emancipador» que não deixa prolongar os seus custos da Província.

É bom que se compreenda duma vez para sempre, que se não gaste o pobre mas honesto e principismo de antes quando quer ler.

E isto, já temos repetido dantes de vezes, e os felões e o tempo, se têm encorregado do e confirmar.

A voz implacável da justiça, há de soar!

Tremat, ó estomagos não láveis!

Tremat, ó fígos repugnantes!

Fonte: Hohlfeldt (2008)

3.1.3. Jornais africanistas

A imprensa tipicamente africana começou a despontar no Sul de Moçambique, nos fins da Monarquia portuguesa, a partir de um grupo bastante expressivo de negros de origem moçambicana com escolarização. Muitos desses negros ocupavam lugares de funcionários públicos ou nas atividades industriais, que ascenderam a categoria de assimilados graças às escolas multirraciais. (Rocha, 2000).

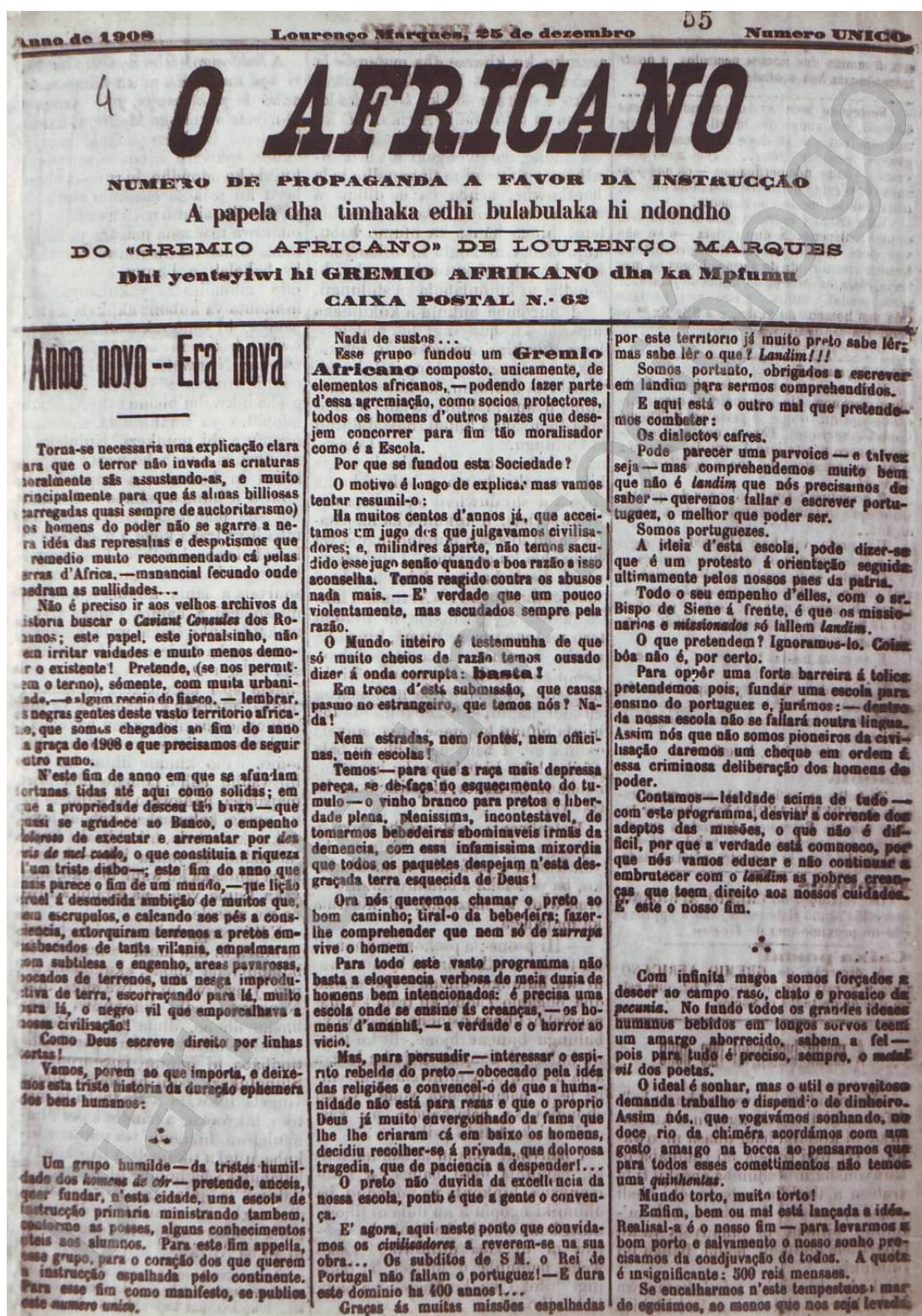
A leitura de Capela (2010) sobre a imprensa colonial vai no sentido crítico de que toda a imprensa da época, exceto africanista, era euocentrista, colonialista e racista. Os jornais africanistas advogavam o ensino do povo indígena. Graças ao despertar deste jornal, e com o Acordo Missionário de 1940, foi instituído ensino para o indígena, o chamado ensino “rudimentar” ministrado pelos missionários

Em 1909 apareceu um jornal com o título *O Africano*, dirigido e escrito por mestiço, os irmãos João e José Albasini e cujo teor era dirigido à população não europeia alfabetizada. Curioso nisto é que tinha uma secção dirigida em língua local, *Ronga*. Era a primeira vez que um jornal usava a língua local. Todo o teor do jornal incentivava a escolarização dos africanos, portanto “não se apresentava como jornal político ou reivindicativo, mas uma arma para a consolidação e desenvolvimento de conhecimentos adquiridos na escola...” (Rocha, 2000:91).

De acordo com Dias (1995) a legislação colonial portuguesa dividia os africanos das suas colónias em três categorias: mestiços, assimilados e indígenas. A partir de 1929, os mestiços podiam alcançar o estatuto de funcionários públicos e da administração. Até ao fim da colonização portuguesa, os mestiços representavam 0.2 por cento da população moçambicana. Estes detalhes explicam porque é que o irmão Albasini podia fundar uma imprensa própria e aceite pela administração colonial.

A figura que se segue ilustra o jornal africanista, fundado por irmãos Albasini, cujo conteúdo advogava a instrução das populações indígena.

Figura nº 4: Jornal *O Africano*



Fonte: http://oficinadesociologia.blogspot.com/2011/09/para-historia-da-imprensa-escrita-em_24.html, consultado no dia 20/03/2012

O jornal *O Africano* possuía uma tipografia própria e era financiado por um grupo de maçonaria, dirigida pelo capítulo 1º de Janeiro, de Lourenço Marques, Francisco Roque, e um missionário católico que ensinava aos mineiros moçambicanos na África do Sul a ler e escrever e que mais tarde se tornou proprietário do *O Africano*, comprado dos irmãos Albasini. Em 1920 o jornal deixou de sair às ruas.

Algo nos salta à vista sobre a história do jornal *O Africano*. Afinal o jornal era dirigido pelos moçambicanos, mas o financiamento era feito pela “mão invisível” de grupos maçónicos residentes em Moçambique.

Com o dinheiro da venda de *O Africano*, os irmãos Albasini fundaram um outro semanário dirigido aos africanos, também com tipografia própria e uma secção em língua *Ronga* e chamava-se *O Brado Africano*, cujo primeiro número foi publicado em 24 de Dezembro de 1918 e dirigia-se a população mestiça e aos poucos negros que tinham adquirido instrução escolar. (Rocha, 2000).

De acordo com Rocha (2000) este jornal, apesar de ter o cariz africanista tinha uma forte tendência europeísta, ou seja, defendia o ponto de vista colonial. O jornal passou por uma peripécia de julgamento no tribunal e que foi suspenso por dois meses. Mais tarde ressurgiu com outro nome *Clamor Africano* e seguiu a mesma linha editorial do anterior. Foram doze números publicados entre 12 de Dezembro de 1932 a 25 de Fevereiro de 1933, mas incrivelmente que pareça o jornal sobreviveu até 1974, fim do regime salazarista e vésperas da independência de Moçambique. (Rocha, 2000).

3.1.4. Imprensa católica

Anteriormente existiram pequenas publicações católicas, sem grande relevo. Mas a verdadeira imprensa católica surgiu na cidade da Beira por iniciativa do Bispo daquela diocese, Dom Sebastião Soares de Resende. O jornal intitulava-se *Diário de Moçambique*, que teve a sua primeira publicação no dia 24 de Dezembro de 1951 e que manteve-se ativo até 15 de Março de 1971, altura em que deixou de pertencer a Diocese da Beira. O *Diário de Moçambique* tinha uma delegação em Lourenço Marques, atual Maputo, e em Lisboa. (Rocha, 2000: 170 e Capela, 2010).

Rocha (2000) relata que a escritura de 19 de Março de 1952, o Arcebispo de Lourenço Marques comprou por dois mil contos o jornal *The Lourenço Marques Guardian*, um

dos primeiros jornais bilingue (português/Inglês) que circulava em Moçambique. No dia 20 de Março, o jornal trocou de nome para o *Guardian*, simplesmente, cuja edição era dominical. Em Janeiro de 1955, o jornal aparece com outro título de *Diário de Lourenço Marque Guardia* e foi sofrendo sucessivamente alterações de nome para *Diário de Lourenço Marques* e finalmente para *Diário*. Devido às contradições na linha editorial, o jornal veio a fechar no dia 7 de Setembro de 1974.

3.1.5. Abril de 1974: Fim da imprensa colonial

Antes do 25 de Abril de 1974 a imprensa de Moçambique era predominantemente do regime salazarista, através do Banco Nacional Ultramarino (BNU). Em Lourenço Marque, atual Maputo, o jornal *Notícias*, de que falaremos com detalhe mais adiante, e o jornal a *Tribuna* bem como o *Diário de Notícias* eram controlados pelo BNU, o *Notícias da Beira* e a *Voz Africana* passaram para a gestão do engenheiro Jorge Jardim, apoiado pelos capitais do BNU. (Rocha, 2000 e Capela, 2010).

Hohlfeldt (2010) relata que o jornal *Notícias* nunca foi jornal de oposição e nunca afrontou diretamente o Estado colonial. A evidência deste fato foi em 1950 quando o jornal distanciou-se da Igreja católica e assumiu uma posição defensora de laicização do ensino secundário na colónia. O jornal *Notícias* continuou a circular após a independência de Moçambique com uma outra equipa de gestão e de linha editorial.

A imprensa colonial em Moçambique concentrava-se mais em Lourenço Marques, atual Maputo. Existiam jornais nas províncias como Beira e Quelimane. Os jornais já estavam bastante profissionalizados e consolidados, graças ao processo de urbanização e industrialização, mas já na década de 60 notava-se a presença de publicidade na prática jornalística, facto que transformava-a em indústria de comunicação (Hohlfeldt, 2010).

3.2. Imprensa moçambicana pós-independência (1975-1990)

Logo que o regime colonial teve o seu fim com o golpe de Estado em Portugal, que pôs fim ao regime salazarista no dia 25 de Abril de 1974, imediatamente foi abolida a censura prévia na metrópole e nas colónias. Em Moçambique abriu-se uma nova era da comunicação social, que no princípio ficou marcada pela luta entre os editores que serviam o regime colonial fascista e os que reivindicavam uma imprensa livre, democrática e independente. (Namburete, 2003: 26).

Diário de Notícias, *Revista Tempo* e a *Rádio Clube de Moçambique*, foram os órgãos de comunicação social moçambicana que logo depois da independência foram dirigidos por indivíduos com pensamentos democráticos. As suas linhas editoriais defendiam abertamente a independência de Moçambique, mas depois da assinatura de acordo de Lusaka⁴ que permitiu a transferência do poder político para os moçambicanos, iniciou no mesmo ano novo momento da história política moçambicana, inclusive da comunicação social. (Namburete, 2003: 26).

Para o controlo do sistema mediático, o novo governo da República Popular de Moçambique criou o Ministério da Informação. O órgão estava, por sua vez, sob a alçada direta do Departamento do Trabalho Ideológico do Partido (DTIP). Na verdade, neste período da história de Moçambique a separação entre o Estado e o partido era totalmente inexistente, sendo que o primeiro titular do Ministério da Informação depois da independência era também membro do Bureau Político e secretário do DTIP.

A tarefa do Ministério de Informação era de difundir informação a nível nacional, coordenar os órgãos de comunicação social sob a orientação política do partido no poder, FRELIMO e formar jornalistas numa perspetiva ideológica e revolucionária. (Namburete, 2003: 27).

Os meios de comunicação social dentro deste contexto não eram vistos pelo poder como plataformas de promoção do discurso democrático, mas sim como instrumentos de difusão da ideologia do partido. De acordo com Chichava & Palmann (2010:127), “a imprensa era vista pelos líderes da FRELIMO como um importante instrumento para transmitir as ideias e ideais do novo regime, desencorajar ou controlar sectores hostis ou considerados como tal e consolidar a unidade nacional”

Nos dias 26 a 30 de Novembro de 1975 realizou-se em Macomia, província de Cabo Delgado, uma reunião da Frelimo que definiu os comandos pelos quais a imprensa devia guiar as suas atividades resumidas em quatro palavras de ordem: informar, educar, mobilizar e organizar. (Chichava & Palmann (2010:127).

A realização do *I Seminário Nacional da Informação*, em Setembro de 1977, em clima de grande euforia revolucionária, foi o principal marco político da imprensa moçambi-

⁴ Lusaka, capital da república da Zâmbia, lugar onde decorreu no dia 7 de Setembro de 1974 a assinatura do acordo entre o governo português e o Partido FRELIMO que permitisse a transferência do poder para os moçambicanos

cana de todo o período pós-independência. Segundo Magaia (1994), este foi um seminário “histórico, pelos novos conceitos que levantou (...), pelo messianismo que estava implícito nos seus programas de ação”, orientados para uma imprensa que se assumia como instrumento ao serviço dos novos poderes, concentrados na ideologia política do partido único. (Magaia, 1994:44)

Depois do *I Seminário Nacional da Informação*, os órgãos de comunicação social foram revestidos de um novo regime de propriedade e de estatuto. Passaram a ser administrados pelo Estado, por meio do Ministério de Informação, através do Decreto-Lei que nacionalizava alguns órgãos de comunicação social, nomeadamente *Rádio Clube de Moçambique*, que foi transformado em *Rádio Moçambique*. No mesmo ano, 1975, foi criada a *Agência de Informação de Moçambique*. No mesmo processo, os jornais *A Tribuna*, *Brado Africano* e *Voz de Moçambique* foram encerrados por decisão do Ministério da Informação e os equipamentos da *Rádio Pax*, emissora católica sediada na cidade da Beira, juntamente com os equipamentos da *Radio Aeroclube da Beira* foram integrados na Rádio Moçambique. Deste modo, o número de órgãos de comunicação social foi reduzido ao mínimo. (Namburete, 2003: 28, Chichava & Palmann, 2010:127).

O sistema político instalado intrometia-se nas linhas editoriais dos órgãos de comunicação social. O controlo não era feito de forma direta sobre os conteúdos, mas havia uma situação em que todos os órgãos de comunicação eram considerados instrumentos ao serviço do partido e daí que deviam servir os interesses do partido no poder, dentro do contexto de uma única ideologia marxista-leninista.

Na sequência da centralização dos órgãos de comunicação social foi criado o Gabinete de Comunicação Social, que mais tarde foi transformado em *Instituto de Comunicação Social*, o primeiro órgão Estatal concebido para veicular a informação da zona rural; depois veio a *Televisão de Experimental de Moçambique*, TVE, atual Televisão de Moçambique, TVM; o *Jornal Domingo*, criado com o intuito de promover a produção cultural; e também o *Jornal Desafio* para cobrir os assuntos desportivos; Instituto Nacional do Livro e do Disco, com funções de produção, edição e distribuição de livros e discos. (Namburete, 2003: 28).

3.3.Nova Constituição da República de 1990

Poucos anos antes de 1990, o partido FRELIMO no poder iniciou com um conjunto de mudanças políticas, económica e sociais, como por exemplo, a abolição do Ministério da Informação, abertura do País à economia do mercado, em 1989. Deste modo o governo estava a renunciar formalmente o regime marxista e aos poucos alinhava-se por uma nova Constituição da República do regime democrático. (Namburete, 2003: 31).

Estava-se perante um período de transição do regime monopartidário para a democracia multipartidária com a promulgação da Constituição pluralistas e Liberal de 1990, que consagrava uma série de liberdades e garantias individuais antes vistas como ideias capitalistas e burguesas.

Neste ambiente favorável de desenvolvimento de pluralidade de ideias e de meios, a comunicação social também teve a sua conquista ao mandar a aprovação da Lei de Imprensa em 1991, que abriu espaço para novos regimes de propriedade dos meios de comunicação social no País. No mesmo contexto foram tomadas muitas iniciativas privadas de criação de órgãos de comunicação social. Surgiram os primeiros jornais independentes, tais como: *Mediafax* em 1992, um jornal distribuído por via *fax*, pertencente a *Mediacoop*, uma cooperativa de jornalistas independentes, que anteriormente estavam ao serviço dos órgãos do Estado; em Fevereiro de 1994 surge o semanário *Savana* e tantos outros jornais, rádios e televisões privadas, e assim abre-se o cenário de pluralismo dos media em Moçambique. (Namburete, 2003: 32).

Muitos jornais independentes ou privados surgiram por todo o país, criados sob pequenas empresas e geridos diretamente pelos editores. Apesar de uma circulação limitada e enfrentando sérios problemas de distribuição e de sustentabilidade económica, estas publicações têm estimulado o debate democrático nacional em torno de temas de democracia, governação, e denúncia de atos de corrupção na administração pública, participação do cidadão nos processos de decisão, etc.

Mário (2010) afirma que depois de abertura ao pluralismo mediático entrou na agenda de discussão da classe jornalística a questão da independência dos meios de comunicação públicos e privados, em relação aos interesses do partido no poder e do Estado. Pois percebia-se que os jornalistas estavam preocupados em educar o cidadão sobre o papel do poder e o seu funcionamento, na verdade o Estado mantinha as suas marcas do regi-

me comunista caracterizadas pelo controlo de alguns órgãos de comunicação precisamente a Rádio Moçambique, Televisão de Moçambique e o Jornal Notícias.

Magaia (1994) apresenta uma comparação entre o jornalismo do período colonial e o de pós-independência, numa perspetiva crítica dos dois sistemas políticos. A tónica do seu discurso vai em torno da liberdade de expressão. Ele reata a história da imprensa moçambicana a partir de 1975 até à contemporaneidade e fornece informações históricas sobre o conflito entre dar a conhecer ao público e proibir o acesso à informação ou coagir por meio de dispositivos regulatórios institucionais. Na sua ótica, após a independência de Moçambique em 1975, era do interesse do novo governo desenvolver uma comunicação social assumidamente moçambicana, de modo a intensificar a circulação de informação de carácter ideológica.

Entende-se na reflexão de Magaia (1994) que os valores políticos defendidos chocavam-se, muitas vezes, com a própria lógica de funcionamento do jornalismo. Com isso, nada se podia falar de debates sobre questões éticas, acesso à informação e liberdade de imprensa. Somente a partir de 1990, altura da introdução da nova constituição democrática, começou uma nova etapa da história do jornalismo Moçambicano, mas ainda não cessou a luta de liberdade de expressão e de acesso à informação.

Na atualidade aparecem novas abordagens sobre o jornalismo moçambicano. Os temas como Jornalismo digital, modernização de redações, informatização, mudança do perfil profissional de jornalistas, portal *web* e convergência tecnológica. Apesar da jovialidade destes temas no espaço jornalístico moçambicano, ainda falta muita caminhada por trilhar para alcançar a verdadeira independência do jornalismo.

O documento mais importante que arranca com uma discussão mais elaborada sobre a política pública sobre as tecnologias foi a “Estratégia do Governo sobre as Ciências e Tecnologia de 2009”. Esperava-se que a estratégia do governo arrancasse imediatamente com o investimento nas infraestruturas tecnológicas e na capacitação do pessoal. Além deste documento, um outro referente à Política de Ciência e Tecnologia em Moçambique (2003) levado a cabo pelo governo, no qual analisou a situação do país em relação à investigação científica, à ciência e tecnologia no sistema nacional de educação, à inovação e evolução tecnológica no sector produtivo moçambicano.

O resultado da Política de Ciência e Tecnologia em Moçambique diagnosticou que a área dos media apresenta pontos fracos de investimento em tecnologias:

A cooperação entre os meios de comunicação social e os atores de ciência e tecnologia é pouco expressiva e os meios de comunicação social carecem de sectores especializados em matéria de ciência e tecnologia. (MCT, 2003).

A Política de Ciência e Tecnologia não contemplava o sector dos media. O seu desenvolvimento dependia da concorrência do mesmo e do investimento privado. Mas a realidade revelava o contrário, pois grande parte dos novos atores dos media nacionais eram antigos funcionários dos órgãos públicos que se agruparam em cooperativas ou em pequenas redações sem grandes investimentos nas infraestruturas ou nos recursos humanos. (Mário, 2009).

Os Relatórios do MISA-Moçambique, (2005; 2006 e 2007); Mário (2009), African Media Barometer (2009) são unânimes em afirmar que a profissão jornalística em Moçambique tem algumas dificuldades de adaptação à era tecnológica.

As conclusões do estudo de Ronning (2008) sobre os indicadores de desenvolvimentos dos media deixam claro que as infraestruturas dos meios de comunicação social moçambicano na recolha, produção e distribuição de informação são inadequados para uma era de grandes avanços tecnológicos. Este facto deve-se à pobreza financeira das instituições e à pobreza tecnológica do país em geral, como descreve o autor no texto que se segue:

The ICT situation in Mozambique is characterised by a weak development. This also applies to the media sector. MISA-Moçambique 2003 report noted that the media suffered under a fragile financial and technical situation. The major challenge in this context was the need to invest in new ICTs, as well as training for the full use of such technologies. Reports on the media situation in the country remark that all media – both print and broadcast – are hampered by the fact that they only have access to inadequate and often outdated technical equipment. The public broadcasters for instance use technical equipment that partly is old, and partly is incompatible, having partly been supplied at different stages by various donors. The equipment often is so outdated that spare parts are hard to find. For the print media in addition to the problems in relation to editorial equipment (ICTs) they also face challenges in relation to printing capacity, (Ronning, 2008:42).

Embora existam poucas estruturas tecnológicas, porém ainda falta uma estratégia nacional coesa de TIC que envolva as operadoras de telecomunicações, provedores de Internet e uma política nacional que promova a transição dos media para a Era digital e que tenha em consideração às necessidades de acesso à informação das comunidades marginalizadas.

A inclusão dos media no sistema digital não cabe apenas ao Estado, também inclui as organizações da sociedade civil que ajudam no fortalecimento institucional dos media por meio de capacitação profissional e da consciencialização da população. O mais importante é criar a política nacional sobre as tecnologias, regular o mercado das TIC e desenvolver infraestruturas apropriada às condições locais, com vistas a reduzir os custos de rede e melhoria da largura da banda principalmente para as comunidades rurais.

O relatório intitulado “ Desafios de inclusão digital em Moçambique, publicado pelo Centro de Informática da Universidade Eduardo Mondlane em 2009, apresenta dados mais recentes sobre os usuários das tecnologias, sobretudo, a telefonia móvel, fixo e a Internet. O relatório conclui que Moçambique está ainda longe de atingir os objetivos do milénio, enquanto a nível mundial o processo de transição tecnológica em diversas esferas sociais está a um ritmo bastante acelerado. Esta transição está a gerar diversos benefícios à sociedade. Para o caso moçambicano, o relatório identifica o sector de telecomunicações sendo o fator chave para o processo de convergência.

Há uma relação intrínseca entre o desenvolvimento da sociedade em rede caracterizada pela troca de conhecimento e da informação e as telecomunicações. Então é legítimo afirmar que o atual cenário do sector de telecomunicações, sobretudo as Telecomunicações de Moçambique (TDM) e as empresas a ela dependentes como, por exemplo, a Moçambique Celular (Mcel) e a Vodacom Moçambique (VM), empresa multinacional de telefonia móvel com sede na República da África do Sul, estão a impulsionar a aproximação dos cidadãos às redes de conhecimentos.

É um facto que, a esse respeito, poucas iniciativas têm sido levadas a cabo para a formação de jornalistas no domínio de computadores e de pesquisa na Internet, de modo a acompanhar o desenvolvimento das tecnologias e a sua massificação nas redações com vista a melhorar a qualidade de informação. Apenas o Ministério de Ciências e Tecno-

logia, (MCT) implementou em 2008, um curso de capacitação em matérias de Jornalismo *online* e são escassas outras iniciativas de capacitação de jornalistas.

Contudo, o custo e a falta de formação de pessoal nessas matérias são fatores que impedem a entrada dos jornalistas moçambicanos na autoestrada de informação. O grande desafio estratégico do governo é baixar os custos dos operadores dos serviços de Internet, fibra ótica e outras formas de comunicação eletrónica, de modo a assegurar que, a sociedade, incluindo as empresas jornalísticas, migrem para a Sociedade de Informação.

3.4. A mudança do cenário jornalístico

Ultrapassado, parcialmente, o entrave do espaço para o exercício da Liberdade de Expressão e da Imprensa, que culminou com a aprovação da Lei nº. 18/91 de 1º de Agosto, comumente conhecida por “Lei de Imprensa”, o jornalismo moçambicano viu-se perante um espaço aberto de pluralidade dos media, de concorrência e de conexão com a rede mundial de comunicação, facto que o colocou num outro desafio: ingressar rapidamente na sociedade de informação, formar novos profissionais de comunicação adaptados ao tempo das novas tecnologias e modernizar as redações.

Com um número reduzido de empresas jornalísticas, discutir questões de regulação e desregulação que permitissem colocar os órgãos de comunicação social moçambicanos na rede mundial de comunicação, ainda era impensável.

Além da Lei de Imprensa, a liberdade de expressão, incluindo a liberdade de imprensa ficou garantida pela Constituição da República e apoiada por outra legislação complementar. A Constituição da República estabelece no parágrafo 1 do seu artigo 48º, que todos os cidadãos têm direito à liberdade de expressão, à liberdade de imprensa, bem como o direito à informação”. O parágrafo 4 deste mesmo artigo estende essa liberdade aos órgãos de comunicação social do sector público, ao determinar que neles “ são assegurados a expressão e confronto de ideias das diversas correntes de opinião”. (Lei de Imprensa, 1991).

O esforço da indústria de comunicação social moçambicana não podia ser isolado. As escolas de formação técnico profissional de jornalistas bem como as universidades públicas e privadas corresponderam com a elaboração de cursos de jornalismo adequados às necessidades do mercado.

Segundo as estatísticas do Ministério de Educação de Moçambicano, de 2005, 2006, e 2007, houve aumento de oportunidades de formação oferecidas pelas instituições de ensino, na área de jornalismo, embora ainda não existam estudos sobre o impacto que os novos graduados têm produzido nas empresas de comunicação social.

Tendencialmente, muitos graduados em jornalismo orientam-se no mercado de trabalho para as carreiras de assessoria de imprensa e comunicação organizacional, nomeadamente em instituições públicas nas carreiras de marketing, publicidade e relações públicas, apresentando-se a carreira de jornalismo como a opção menos atrativa. Este facto resulta, em grande medida, de uma deficiente absorção dos recém-graduados nas redações dos principais órgãos de comunicação social, pois uma vez terminado o curso cada estudante busca com o seu próprio esforço a sua inserção no mercado de trabalho, acabando, assim, por empregar-se em áreas diferentes daquelas para as quais se preparou durante a sua formação.

A efetiva mudança do jornalismo moçambicano poderá acontecer se forem ultrapassados outros impedimentos de ordem política e tecnológica, tais como: estratégias políticas de ciências e tecnologia, infraestruturas de telecomunicações adequadas.

O Instituto Nacional das Comunicações de Moçambique (INCM), instituição estatal encarregue em regular e fiscalizar o sector das comunicações em Moçambique bem como a gestão dos espectros de frequências radielétricas assinou em 2006, juntamente com outros países africanos, um acordo sob a égide da União Internacional das Telecomunicações (ITU) um memorando em que se comprometia a licenciar e apoiar transmissões digitais terrestres até 17 de Junho de 2015.

O aceleração das tecnologias de transmissão da radiodifusão digital irá permitir a transmissão de som e imagens de alta qualidade, maior velocidade na transmissão de dados e novos serviços móveis sem fio. Mas o desafio não é correspondido pela maior parte dos media moçambicanos. Vários fatores se associam, entre eles: estrangimentos financeiros, políticas de regulação e recursos humanos com competências adequadas.

Os relatórios indicadores de desenvolvimento das tecnologias, produzidos pelo Banco Mundial, pela UNESCO e por outras organizações da sociedade civil presentes em Mo-

çambique, são unânimes em reconhecer que Moçambique está a registar grandes avanços no alcance do cumprimento das metas estabelecidas pela ITU, dos Objetivos do Desenvolvimento do Milénio⁵, bem como as metas estabelecidas pelas declarações da UNESCO sobre a Sociedade de Informação, que preconizam a redução do fosso digital.

Numa época de profundas transformações profissionais a nível mundial, os gestores da indústria de comunicação bem como os profissionais de comunicação social em geral mostram-se desorientados e reticentes face a um novo modelo de jornalismo cujas características as desconhecem. O receio e a desorientação leva a maior parte deles a adotarem com frequência a “tecnofobia”, caracterizada pela resistência à mudança e negação de toda a forma de inovação nas redações.

Com as aceleradas mudanças tecnológicas que têm acontecido nos últimos anos na área telecomunicações, base sobre a qual se sustentam as comunicações digitais, o jornalismo também sofrerá profundas modificações no processo de produção e transmissão de informação. Portanto, é necessário colocar desde já as bases de reflexão académica para o futuro dos media moçambicano, de modo a torná-los enquadrados e competitivos na nova dinâmica mundial de comunicação. Vilches (2002) afirma que o jornalismo digital vai ser uma nova faceta do jornalismo do futuro. Assim ele escreve:

Os profissionais da comunicação são chamados à vigilância frente à evolução das repercussões culturais e sociais das telecomunicações, das redes do conhecimento estruturadas em torno da Internet e da adaptação ou transformação dos meios de comunicação tradicionais. (Vilches, 2002:44).

Entendendo o discurso de Vilches (2002), a vigilância por ele referida pressupõe a adaptação do jornalismo face às mudanças provocadas pelas tecnologias nas redações, na vida cultural, profissional, social e noutras dimensões. Mas essas mudanças não dependem exclusivamente da vontade dos gestores dos media, pois deve resultar da combinação de vários fatores: de uma política pública favorável, um ambiente legal e uma preparação mental dos profissionais para as mudanças dos processos de trabalho.

⁵ A Declaração do Milénio, adoptada em 2000, por todos os 189 Estados Membros da Assembleia Geral das Nações Unidas, veio lançar um processo decisivo da cooperação global no século XXI. Nela foi dado um enorme impulso às questões do Desenvolvimento, com a identificação dos desafios centrais enfrentados pela Humanidade no limiar do novo milénio, e com a aprovação dos denominados Objectivos de Desenvolvimento do Milénio (MDGs) pela comunidade internacional, a serem atingidos num prazo de 25 anos

3.5. Atual panorama mediático moçambicano

A nova Constituição da República de Moçambique aprovada em 1990 e revista em 2004, no seu artigo 48, estabelece a liberdade de expressão, a liberdade de imprensa e o direito à informação como um direito fundamental dos cidadãos moçambicanos. (Constituição da República, 1990 e Open Society, 2010).

Embora a constituição consagra a liberdade de expressão, da informação e da imprensa, de forma muito genérica, mas ainda falta uma legislação mais detalhada e compatível com a realidade atual, compatível com as grandes mudanças no sector dos media.

Face ao défice do quadro jurídico que regule o sector dos media, os jornalistas e as suas associações profissionais têm exercido uma advocacia para que seja aprovado um instrumento legal que regule o sector da comunicação social. Um dos mais importantes instrumentos aprovado foi a Lei 18/1991, conhecida vulgarmente por Lei da Imprensa, que estabelece os direitos e obrigações dos meios de comunicação social assim como as responsabilidades do Conselho Superior de Comunicação Social (CSCS), órgão regulador encarregue em garantir a independência dos media, a liberdade de imprensa e o direito à informação. (Open Society, 2010:33).

Desde altura que foi aprovada a Lei de Imprensa, o governo tem sido pressionado pelos grupos de alianças das Organizações da Sociedade Civil, nomeadamente O Fórum Nacional das Rádios Comunitárias (FORCOM), MISA-Moçambique e o Sindicato Nacional de Jornalistas (SNJ) para legislar sobre a crescente indústria da radiodifusão no país. De igual forma é pressionado a rever a Lei da Imprensa de 1991, de modo a responder ao desenvolvimento da indústria dos media em Moçambique. (Mário, 2008:21).

De acordo com Mário (2008), o debate e a pressão sobre o governo no que tange à obrigatoriedade de legislar sobre os media resultam da percepção de mudanças no panorama da radiodifusão em Moçambique, bem como da legislação da radiodifusão estabelecida pelas organizações internacionais, nomeadamente SADC e União Africana (UA). (Mário, 2008:22).

A inspiração da Sociedade Civil para os debates e pressão é feita com base nas principais legislações nacionais e internacionais, nomeadamente: Declaração Universal dos Direitos Humanos; Carta Africana dos Direitos Humanos e dos Povos; Declaração dos

princípios sobre a Liberdade de Expressão em África; Declaração de Windhoek sobre a Promoção de uma Imprensa Livre, Independente e Pluralista em África; Carta Africana da Radiodifusão; Protocolo da SADC sobre a Cultura, Informação e Desporto. A nível interno inspira-se sobre a Constituição da República de Moçambique; na Lei de Imprensa, 18/91, de 10 de Agosto; Decreto 22/92, d e 1 de Dezembro, que estabelece as condições de participação dos sectores privados, público e mistos na radiodifusão. (Mário, 2008:22).

Quanto à censura, a Constituição da República proíbe a censura quer em relação ao exercício da liberdade de expressão quer em relação ao direito à informação. O artigo 48, nº 2 determina que “ *o exercício do direito de expressão (...) e o exercício do direito à informação não podem ser limitados por censura*”. (Constituição da República, 1990).

Apesar de a Constituição proibir qualquer tipo de censura, o estudo de Power (2012) observou que existe um alto nível de controlo exercido pelas autoridades governamentais sobre as rádios comunitárias e jornais privados.

Em termos gerais pode-se concluir que, no aspeto legal, Moçambique estabeleceu bases fundamentais para um sistema de regulação e controlo dos media favorável à Liberdade de Expressão, Pluralismo e Diversidade dos Media. Embora faltem algumas alterações e adaptação legislativa ao desenvolvimento da indústria de comunicação.

O principal instrumento legal da Liberdade de Imprensa estabelecido na Constituição da República está em concordância com os principais instrumentos internacionais que estabelecem padrões de política e de regulamentação para um sector de media pluralístico e sustentável. Entre estes instrumentos destaca-se a Declaração Universal dos Direitos Humanos; a Declaração dos Princípios sobre a Liberdade de Imprensa em África; a Declaração de Windhoek sobre a Promoção de Pluralismo, Diversidade e Independência dos Media em Africa. O quadro que segue apresenta as principais leis sobre a imprensa em Moçambique

Quadro nº 2: Lista das leis relevantes sobre os media

| Nome da Lei | | Objecto da Lei |
|-------------|--|---|
| 1 | Lei nº18/91 de 10 Agosto 1991 | Comummente conhecida como Lei de Imprensa. Estabelece os princípios que regem a actividade dos media bem como os direitos e deveres dos seus profissionais. Regula o registo da imprensa escrita e o regime de licenciamento da rádio e televisão e outras matérias relevantes. |
| 2 | Lei nº19/91 de 18 Agosto de 1991 | Lei dos Crimes contra a Segurança do Estado. Esta lei inclui disposições, nos termos dos quais os crimes de difamação, calúnia e injúria cometidos contra o Presidente da República, o Presidente da Assembleia da República, os membros do Governo, os juizes do Tribunal Supremo e os membros do Conselho Constitucional, bem como contra deputados, magistrados, presidentes e secretários-gerais de partidos políticos (...) constituem crimes contra a segurança do Estado. (Nota: em 1991 Moçambique era ainda estado de partido único) |
| 3 | Decreto nº 22/92 de 31 Dezembro de 1992 | Operacionaliza o fim do monopólio estatal sobre a actividade da radiodifusão, estabelecendo as condições legais e técnicas para o acesso ao espectro de radiofrequências por parte de outros sectores. |
| 2 | Decreto nº 9/93 de 22 Junho 1993 | Estabelece os critérios de participação dos sectores privado e comercial no domínio da radiodifusão. |
| 4 | Decreto nº 18/94 de 16 de Junho 1994 | Cria a Rádio Moçambique enquanto provedor de serviço público de radiodifusão. |
| 5 | Decreto nº 19/94 de 16 Junho de 1994 | Cria a Televisão de Moçambique enquanto provedora de serviço público de televisão. |
| 6 | Decreto Presidencial nº 4/95 de 16 de Outubro 1995 | Cria o Gabinete de Informação (GABINFO), entidade sucessora do Ministério da Informação, funcionando como unidade de assessoria técnica subordinada ao Gabinete do Primeiro-Ministro. |
| 7 | Decreto nº 65/2004 de 31 Dezembro de 2004 | Aprova o Código da Publicidade |
| 8 | Lei nº 12/79 de 12 Dezembro 1979 | Estabelece o regime jurídico do Segredo Estatal. |

Fonte: Misa (2010)

Apesar de terem sido criadas as bases legais para o funcionamento dos media, a legislação continua bastante generalista e incipiente. Pois ainda faltam legislações sobre diversas matérias específicas como: a qualidade dos conteúdos, a radiodifusão pública, os audiovisuais, a proteção de menores e a dignidade humana, a literacia para os media, as comunicações digitais, a concorrência e concentração dos media, o uso das línguas nacionais nos media, etc.

3.5.1. Pluralismo dos media

O funcionamento da imprensa, da rádio e da televisão em Moçambique está condicionada, por um lado, ao registo prévio obrigatório e, por outro, a licenciamento. Os respectivos requisitos estão regulamentados pela Lei de Imprensa 18/91, no primeiro caso, e pelos Decretos n.ºs 9/93, de 22 Junho e no segundo pelo Decreto n.º 22/92, de 31 Dezembro. Estes decretos alargam o acesso ao espectro radioelétrico aos sectores cooperativo e comercial e estabelecem as condições legais e técnicas de licenciamento de atividades. (Lei da imprensa, 1991).

Nos termos do artigo 19 da Lei de Imprensa, antes da sua publicação todos os órgãos de informação estão sujeitos a registo, o qual é realizado junto no Gabinete de Informação (GABINFO). O GABINFO é o órgão do Estado criado por Decreto Presidencial em Outubro de 1985, substituindo parcialmente as funções do Ministério da Informação, o que foi extinto em 1994, em consequência do estabelecimento do regime democrático multipartidário no País.

O registo limita-se a simples procedimento administrativo e o requerente recebe o respetivo certificado de registo no prazo de cinco dias, sem quaisquer custos. Ao abrigo deste regime legal, o GABINFO registou, desde a introdução da Lei de Imprensa em 1991, cerca de 340 licenças de rádios, televisões, jornais, revistas, boletins e outras publicações gráficas. (Mário, 2010).

O artigo 6 da Lei de Imprensa determina que os órgãos de informação devem ser propriedade do sector estatal ou objeto da propriedade cooperativa, mista ou privada, ou seja, o suporte institucional de exercício da atividade jornalística é empresarial, cooperativo ou misto.

Portanto, antes da autorização ou licenciamento para o exercício da atividade, a própria entidade proprietária do órgão de informação deverá ser constituída segundo o modelo de empresa jornalística imposto pela Lei. Mas com a reforma do Código Comercial, houve simplificação do registo comercial das entidades empresariais. A atividade empresarial, de acordo com o Código Comercial, pode ser exercida sob forma de sociedade unipessoal ou de várias pessoas (sociedade por quotas ou sociedade anónima).

Os nº 1 e 2 do Artigo 22 da Lei de Imprensa estabelecem as condições em que o pedido de registo possa ser recusado, nomeadamente “quando não se mostrem preenchidos os requisitos previstos na declaração ou os “pressupostos legais para o exercício da catividade”, cuidando a mesma lei que a mesma recusa seja “objeto de despacho fundamentado indicando claramente os motivos da recusa”. No caso de recusa, a lei concede uma garantia jurisdicional aos particulares, os quais têm a faculdade de impugnar judicialmente aquela decisão. Só que a Lei de Imprensa reduz o prazo de recurso para 30 dias, quando a Lei do procedimento administrativo contencioso confere um prazo maior de 90 dias para a interposição de recurso de anulação dos atos administrativos ilegais. (Lei da Imprensa, 1991)

3.5.2. Jornais

Em Moçambique estão registados, até 2010, cerca de 119 jornais e revistas, apenas 27 estão ativos e em circulação, incluindo algumas publicações por fax ou via eletrónica. As publicações eletrónicas são pequenas diárias que contêm 6 a 8 páginas que desafiam, no princípio, os media “oficiais”, publicando informação coletada de forma independente sobre assuntos considerados “tabus”. (Open Society, 2010:13).

O quadro que se segue apresenta os jornais distribuídos por meio do correio eletrónico, que antes eram distribuídos via *fax*.

Quadro nº3: Jornais de publicação via *Fax*

| Nome | Nº de Registo | Tiragem | Periodicidade | Cobertura | Pessoas empregadas |
|----------------------------|-------------------------------------|---------|---------------|-----------|--------------------|
| Bantu | 034/GABINFO/DEC/2009 | | Diário | Nacional | |
| Correio da manhã | | 310 | Diário | Nacional | 13 |
| Diários de Notícias | | 100 | Diário | Nacional | 4 |
| Diário do país | 19/GABINFO/ 2007 | - | Diário | Nacional | - |
| Fax do interior | | 200-300 | | Nacional | 3 |
| Imparcial | | 110 | Diário | Nacional | 11 |
| Mediafax | | 50 | Diário | Nacional | ? |
| Mercados | Nº 015 / GABINFO-DEC / 2005 | | Diário | Nacional | |
| O Autarca | | 50 | Semanal | Nacional | 5 |
| Expresso | | 2.000 | Semanal | Nacional | 6 |
| Canalmoz | 18/GABINFO-DEC/2009 | | Diário | Nacional | |
| Sugestão | Registo Nº 054/GABINFO/DEC/2007 | | Diário | Nacional | |
| O Sol | 026/GABINFO-DEC/2010 | | Diário | Nacional | 1 |
| Horizonte 25 | N.º Registo: 08/GABINFO - Dec /2010 | - | | - | - |
| Matinal | GABINFO-Dispensa DE-2005 | | Diário | Nacional | - |
| O Remate da Pérola | DISP- GABINFO-DEC-2012 | | - | - | - |

Fonte: Diretório dos Media de Moçambique (1999)

De acordo com Beula (2007), as dificuldades financeiras ditaram a opção de criação de jornais por *fax*, porque a distribuição por via *fax* revelava-se menos dispendiosa, mas o limitado número de máquinas de *fax* no país, existente apenas nas embaixadas e instituições do estado, limitava a circulação do jornal em escala Nacional.

No seu grosso número os jornais por *fax* apresentam uma linha editorial diferente dos órgãos públicos. Eles dão mais destaque aos assuntos da economia, política e opiniões de cidadãos nacionais, denúncias de corrupção pública e acontecimentos sociais.

Os Jornais por *fax* como por exemplo *Media fax* e o *Metical*, que mais tarde evoluíram para publicações por via de correio eletrónico, tornaram-se os primeiros jornais eletrónicos moçambicanos fundados por Carlos Cardoso, o mais destacado jornalista investigativo do país, que foi assassinado em 2001.

A primeira edição do Jornal *Mediafax* foi publicada no dia 25 de Maio de 1992. No fim da primeira semana, o jornal já tinha 20 assinantes, incluindo a presidência da república. *Mediafax* foi o primeiro jornal moçambicano que inaugurou o jornalismo investigativo e “que constituiu o marco histórico e revolucionário na imprensa moçambicana”. (Beula, 2007)

De acordo com o estudo apresentado por Misa-Moçambique (2010), o grosso número destes jornais não apresenta lucros substanciais devido à facilidade de reprodução e encaminhamento da mesma via eletrónica. Além disso, são jornais constituídos por equipas muito reduzidas de dois ou três profissionais.

O quadro abaixo oferece a visão geral das publicações em circulação no país, seu perfil, propriedade e linha de orientação. (Open Society, 2010: 13).

Quadro nº4: perfil e propriedade de jornais moçambicanos

| Jornais | Nome | Propriedade | Língua | Tiragem | Orientação política |
|-----------------------------|-------------------------|--------------------|------------------|---------|----------------------|
| Diários | 1.Notícias | Sociedade Notícias | Portuguesa | 15.000 | Misto |
| | 2.Diário de Moçambique | | Portuguesa | | |
| Semanários | 1.Domingo | Sociedade Notícias | de Português | 7.000 | Oficial |
| | 2.Savana | Privada | Português | 7.000 | Independente |
| | 3.Zambeze | Privada | Português | 7.000 | Independente |
| | 4.Magazine Independente | Privada | Português/inglês | 7.000 | Independente |
| | 5.Público | Privada | Português | 5.000 | Independente |
| | 6.Canal de Moçambique | Privada | Português | 7.000 | Independente |
| | Escorpião | Privada | Português | 5.000 | Independente Oficial |
| | 7.Desafio | Sociedade Notícias | de Português | 3.000 | Independente Oficial |
| Revistas | Tempo Prestígio | Tempográfica | Português | 10.000 | Independente |
| Agências de notícias | AIM | Estatal | Português/inglês | | Oficial |

Fonte: Open Society (2010)

De acordo com Chichava & Polhmann (2010) o jornal @ Verdade, não representado no Quadro nº13, é o que possui maior número de tiragem diária, 50 mil exemplares, ultrapassando o Jornal Notícias e Diário de Moçambique.

O jornal *Notícias*, *Domingo* e *Desafios* são pertenças da Sociedade de Notícias que tem como acionistas o Banco Central (Banco de Moçambique), a Empresa Moçambicana de Seguros (Emose) e a empresa pública de petróleo (Petro Moc). O Banco de Moçambique detém a presidência da sociedade do Notícias, o que coloca a empresa sob o controlo estatal. (Open Society, 2010: 15).

A nível regional emergiram oito publicações independentes: os semanários *Amanhecer e Faísca* (província do Niassa); *Wampula Fax* e *Lúrio* (província de Nampula); *Semanário Horizonte* (Província de Cabo Delgado); *Diário da Zambézia* (Província da Zambézia); *O Autarca* (Província de Sofala). A circulação deste jornais chega a atingir 300 a 500 exemplares. (Open Society, 2010: 15).

A agência de Informação de Moçambique, AIM, é uma entidade estatal que divulga informações em bilingue, português e inglês, sendo uma das principais fontes de informação sobre Moçambique para os media estrangeiros.

No que tange ao uso das línguas nacionais, a Lei de Imprensa não estabelece qualquer cláusula relativa à políticas linguísticas nos órgãos de comunicação social, incluindo rádio e a televisão, apenas estabelece como uma das funções principais dos órgãos de informação do sector público, “desenvolver a utilização de línguas nacionais”. (Mário, 2012)

Como se pode notar na tabela acima indicada, em Moçambique todos os jornais apenas usam a língua portuguesa, facto que constitui obstáculo para o acesso à informação pela esmagadora maioria da população, nomeadamente entre os camponeses e as mulheres que vivem nas regiões rurais.

Uma maior penetração dos media junto de sectores marginalizados da sociedade, nomeadamente entre idosos e nas zonas rurais requer políticas mais arrojadas no que se refere ao uso de línguas nacionais na veiculação das mensagens.

De acordo com o Anuário publicado pela Intercampus em 2011, sobre audiência dos jornais mais lidos em Moçambique, realizado em quatro cidades do país, as primeiras quatro posições são ocupadas pelos jornais *Notícia* com 42.5 por cento; *@ Verdade* com 23.7 por cento; *Diário de Moçambique* com 18.8 por cento; e o jornal *O País* com 16.8 por cento. (Anuário, 2011).

Estes resultados de inquéritos feitos pelo telefone não refletem a realidade. Primeiro, porque os casos representativos correspondem algumas capitais provinciais, segundo o estudo foi encomendado por uma organização política com interesses comerciais no sector dos media.

3.5.3. Empresas gráficas, transporte e distribuição de jornais

O número de empresas gráficas cresceu de forma galopante nos últimos dez anos, facto que torna a impressão gráfica bastante rápida e eficiente. Em termos gerais, pode-se concluir que a situação das gráficas tem vindo a melhorar significativamente particularmente na capital do país, que alberga empresas gráficas à altura da demanda do mercado. Anteriormente, o grosso número da impressão gráfica era feita na República da África do Sul, porque o mercado nacional não dispunha de capacidade de impressão de qualidade, incluindo à cor.

Com exceção dos jornais Notícias, Domingo, Desafio, Diário de Moçambique e do Jornal O País, nenhum outro jornal possui gráfica própria. Para além dessas gráficas, a outra capaz de imprimir jornais com certa qualidade é a CEGRAF, uma empresa com participação do Estado moçambicano e dirigida por pessoas ligadas ao partido FRELIMO. (Chichava & Polhmann, 2010: 134).

Um dos grandes obstáculos que opõem ao crescimento robusto e sustentável dos jornais em Moçambique tem a ver com o Imposto sobre o Valor Acrescentado (IVA), os transportes, as taxas alfandegárias e o combustível contribuem para a diminuição da publicidade e impõem prejuízos adicionais para os jornais.

Em termos gerais, as principais dificuldades da imprensa moçambicana relacionam-se com a distribuição dos jornais e a falta de recursos humanos qualificados nas redações. Ainda mais, as observações permitem compreender a audiência e aceitação dos jornais no seio dos leitores e sua distribuição geográfica pelo país. Contudo, deve-se salientar

que a penetração dos jornais nos leitores moçambicanos é limitada pelo fator linguístico, ou seja, mais de metade da população não domina a língua portuguesa usada por maioria dos jornais moçambicanos.

As elevadas tarifas do transporte aéreo de jornais e revistas, bem como a inexistência de sistemas eficientes de distribuição até aos distritos, constituem os principais fatores para a fraca penetração e circulação de jornais, produzidos quase na totalidade na capital do país para o resto das províncias. Mesmo assim, a distribuição do jornal nos locais remoto do país só serviria a uma minoria confinada à administração pública, porque a maioria da população rural não sabe ler nem escrever.

Em relação à importação de equipamentos para os media, não há quaisquer benefícios específicos para as aquisições, exceto, os órgãos de informação do sector público que beneficiam de um regime de proteção de importações e aquisições, que os coloca em posição de vantagem em relação ao sector privado.

Excesso de carga fiscal para uma economia emergente, onde as empresas jornalísticas ainda não possuem uma estrutura financeira sólida, aliada aos altos custos de financiamento, uma carga fiscal de 32% sobre o lucro, custos de transporte é demasiado alto e desencorajador para o desenvolvimento de empresas jornalísticas.

Para além das dificuldades acima mencionadas, o elevado custo das telecomunicações e eletricidade fazem partes dos principais obstáculos do desenvolvimento da imprensa moçambicana. De acordo com Chichava & Polhmann (2010:134), o número de jornais que deixou de circular em Moçambique está na ordem de 152 de entre os 177 criados desde 1990. Estes dados confirmam as dificuldades pelas quais passa a imprensa privada moçambicana. Jornais que já tinham o mercado de leitores assegurado na praça como, os jornais Demo e Imbondeiro, foram vítimas dessa situação.

Para fazer face à falência de jornais privados deveria se criar um instrumento legal de equilíbrio das contas dos órgãos de comunicação impressa através de distribuição equitativa das cotas de anúncios publicitários, mas a realidade mostra o contrário. O Estado e as empresas públicas são os principais clientes e fonte de receitas para os órgãos públicos de comunicação, além do imposto de radiodifusão de que beneficiam.

Numericamente, o jornal é ainda um meio de informação de abrangência extremamente limitada em Moçambique. A penetração de jornais para o interior de Moçambique é bastante reduzida. Existem locais onde os principais jornais não chegam.

Os estudos sobre a circulação dos jornais são escassos e os dados fornecidos pelas próprias empresas carecem de auditorias externas independentes para a sua confirmação. Segundo um estudo recente, o jornal *Noticias* lidera o número de tiragem e venda de jornais. Este órgão imprime 16.000 cópias diárias, das quais 14.120 são destinadas a assinantes, 1880 vendidos na cidade de Maputo e os restantes noutras regiões do país

O *Diário de Moçambique*, sediado na Cidade da Beira, possui uma tiragem de cerca de 3.000 exemplares, dos quais 300 são vendidos na cidade de Maputo e restantes na cidade da Beira e outras capitais provinciais.

Por seu lado, o Semanário *Domingo* imprime cerca 10.000 cópias, das quais 3.000 são vendidos e distribuídos entre os assinantes.

Os jornais mais recentes, independentes, revelam tendência semelhante, como se segue: jornal *Savana* imprime cerca de 15.000 exemplares vendidos na sua maioria na Cidade de Maputo, enquanto o *Zambeze* tem uma tiragem semanal de 10.000 exemplares. Por seu lado, o *Magazine Independente* tem uma tiragem semanal que se situa na ordem de 5.000 exemplares. Este semanário possui uma rede de distribuição por todas as capitais provinciais. (Joanguete, 2009).

Noutro ângulo de observação, a evolução todos os jornais não possuem estudos indicadores de audiência, pois os cálculos de audiências são feitos a partir do número de tiragem, assim sendo, e não havendo uma fórmula fiável de medição, nota-se neste aspeto o desconhecimento do universo do alcance dos jornais moçambicanos. A estes problemas, adiciona-se a problemática da falta de formação dos gestores da imprensa privada e de eles mesmos, em simultâneo, trabalharem como jornalistas e gestores.

3.5.4. Radiodifusão

i) Serviço público da rádio

O sector da radiodifusão em Moçambique é o mais importante e com maior cobertura nacional, cujo acesso é de todos os moçambicanos, mas no que diz respeito ao uso das tecnologias modernas de radiodifusão, tanto a rádio pública como a comercial caracterizam-se pelo uso da Frequência Modular (*FM*). Todavia, a rádio pública mostra um grande diferencial em relação às comerciais no que tange à qualidade tecnológica dos meios de produção de conteúdos. (Open Society, 2010:53-54 e Mabunda, 2010:75)

Mário (2009) afirma que um dos desafios da radiodifusão pública é o investimento em equipamento de produção. Desde as emissões do canal nacional até às delegações provinciais da estação pública da rádio defronta-se com grave escassez de equipamento. (Mário, 2009:23-29)

O sistema de financiamento da radiodifusão pública baseia-se na cobrança de taxa de radiodifusão cobrada como quantia adicional sobre os consumos domésticos de energia elétrica e sobre o porte de recetor de rádio em veículos automóveis. (Mário, 2009). Conforme o autor acima citado, a taxa de radiodifusão cobrada nas faturas mensais de consumo de energia elétrica e depois canalizada diretamente ao Ministério das Finanças. As empresas beneficiárias das taxas não possuem qualquer controlo nem conhecimento sobre os montantes exatos cobrados pela Electricidade de Moçambique (EDM). (Mário, 2009:23-29).

Como se pode notar, os serviços públicos da rádio gozam do financiamento direto do Estado, facto que lhe confere uma vantagem competitiva em relação às rádios privadas ou comunitárias. A vantagem competitiva vai além de meios modernos de produção e transmissão de informação, mas de inserção no seio da comunidade.

ii) Rádios Comunitárias

De acordo com Mário (2009), os operadores privados de radiodifusão dividem-se entre rádios comunitárias (sem fins lucrativos) e rádios comerciais (com fins lucrativos). Os primeiros localizam-se em sedes distritais e são, geralmente, suportados por Organizações Não-Governamentais e por instituições religiosas, além da rede de rádios e televi-

sões rurais do Estado (ICS). Os de cariz comercial situam-se, quase na totalidade, na capital do país, Maputo, (Mário, 2009: 46-47).

Na altura da Independência do País em 1975, o Estado herdou estações de rádios privadas, que foram fundidas numa única entidade Estatal, a Rádio Moçambique. Também herdou uma tradição de uso de rádio como arma política de informação, mobilização e propaganda, cuja origem remontava ao período da luta armada de independência nacional quando a Frente de Libertação de Moçambique (FRELIMO) lançou a sua emissora na Tanzânia, que era escutada na clandestinidade numa parte do território nacional e abertamente nas zonas já libertadas da administração colonial portuguesa.

Durante os primeiros anos da Independência, quando o país foi dirigido por regime de partido único, não houve espaço político para a criação de órgãos de informação privados ou comunitários. Entretanto, o governo, consciente do papel da comunicação nas zonas rurais, e com o apoio do Fundo das Nações Unidas para a Infância, UNICEF, criou o Gabinete de Comunicação Social (GCS) com o mandato de estabelecer centros de comunicação nas aldeias comunais, centros de habitação e produção coletivizada, no campo.

Estes centros, denominados Centros de Escuta Coletiva, funcionavam com meios técnicos extremamente básicos e difundiam as suas notícias por via de um sistema de altifalantes num raio que mal abrangia a aldeia. Os conteúdos de difusão eram essencialmente notícias locais e mensagens de desenvolvimento sobre saúde, educação e agricultura, para além de informação sobre acontecimentos locais e programas de trabalho. Não obstante as suas fraquezas, estes centros constituíram a primeira oportunidade para a população rural aprender e implementar algumas técnicas de comunicação, embora os conteúdos refletissem essencialmente as políticas governamentais e partidárias vigentes.

Mais tarde, ainda na década de 1970, criou-se a figura de “correspondente popular”, que para além de fornecer notícias para o seu centro enviava-as para as emissoras provinciais da Rádio Moçambique e para a imprensa nacional através das delegações provinciais do GCS. As notícias eram enviadas em manuscrito por via de portadores ou das carreiras de autocarros. (Open society, 2010:59).

A partir deste processo, em 1984 o GCS foi transformado em Instituto de Comunicação Social (ICS), através do Decreto 1/89, de 27 de Março, estabeleceu a sua primeira rádio “comunitária” em Xai-Xai, capital da província de Gaza, no Sul do país. Nascia assim em Moçambique o conceito de “rádio comunitária” gerida pelo Estado. Entretanto, com o alastrar do conflito armado pelo país (1976-1992) e a consequente fuga da população rural para países vizinhos ou para as cidades, os centros de comunicação e a rede rural estabelecida pelo ICS foram efetivamente desativados ou destruídos. (Open Society, 2010: 59)

O ICS foi o primeiro a expandir a sua rede de rádios a partir da década de 90, trabalhando essencialmente nas sedes de distrito. Também alargou o seu âmbito de ação, juntando às instalações de algumas das suas rádios uma antena para a distribuição local do sinal da TVM e, em alguns casos, alguma capacidade de produção televisiva. Atualmente o ICS possui um total de 30 estações de rádio comunitárias e 4 estações de televisão rural. (Open Society, 2010:59).

iii) Rádios Comunitárias da sociedade Civil

Existem em Moçambique cerca de 70 rádios comunitárias, sendo 40 associadas ao Fórum das rádios Comunitárias de Moçambique (FORCOM). Muitas das rádios pertencem ao Instituto de Comunicação Social, órgão do Estado, e as organizações da Sociedade Civil.

De acordo com a Open Society (2010), essas rádios foram estabelecidas com o apoio de parceiros externos, com destaque para a UNESCO e a organização não-governamental dinamarquesa IBIS. Através do projetos “Fortalecimento da Democracia e Governação através do Desenvolvimento dos Media” foram implantados oito rádios entre 1998 e 2006.

Outros avanços foram feitos pela Universidade Eduardo Mondlane através da “Iniciativa de Centros Multimédia Comunitários” (CMC), cuja primeira fase decorreu de 2004-2007 foram implantados 23 CMC em todo o país. Os CMC combinam rádios comunitárias e centros de formação em informática e uso da Internet. Alguns destes foram criados de raiz, outros através da conversão de telecentros existentes. (Open Society, 2010: 61-62).

Apesar do esforço das organizações não-governamentais em massificação das rádios comunitárias sob a gestão da própria comunidade, nem por isso deixam de ser constrangedoras duas situações: as intromissões do Estado na gestão das rádios comunitárias e o abandono de que são sujeitas logo que são entregues à gestão comunitária, ou seja, são deixadas sem nenhuma assistência técnica ou administrativa.

Apesar de censura das autoridades políticas locais sobre os conteúdos das rádios comunitárias, Power (2012) afirma que tem havido constante violação da Constituição da República de 1990 e a Lei de Imprensa em 1991, que consagra os princípios da liberdade de expressão e de imprensa e o direito à informação e à livre criação de órgãos de informação.

Embora se reconheça o papel das rádios comunitárias na mobilização social e educação cívica, elas ainda continuam relegadas ao estatuto de órgãos de comunicação social “marginais”, pelo facto delas terem sido criadas no âmbito do regime jurídico das associações cívicas através da Lei nº8/91, de 18 de Julho, conhecida como a Lei das Associações. (Open Society, 2010: 60-62).

Legitimamente são reconhecidos os órgãos de comunicação social àqueles que foram criados à luz da Lei de Imprensa e respetivos regulamentos, bem como do Decreto 9/93 de 22, de Junho de 1993, que regulamenta as condições de participação dos sectores cooperativo, misto e privado, na radiodifusão e televisão. Este conjunto de legislação só favorece as rádios, televisões e imprensa licenciadas pelo Estado e marginaliza as rádios comunitárias.

iv) Rádios comunitárias religiosas

Várias confissões religiosas também lançaram atividades de radiodifusão, com destaque para a Igreja Católica com oito rádios, uma das quais a *Rádio Maria* que possui uma rede de oito repetidoras instaladas em diferentes províncias do país, *Rádio Encontro*, propriedade da diocese de Nampula, foi a primeira a ir para o ar; *Rádio Nova Paz*; propriedade da diocese de Quelimane; *Rádio Pax* pertencente a diocese da Beira; e a *Rádio São Francisco* da Diocese de Pemba. A produção de conteúdos destas estações é feita pelos membros fiéis das dioceses locais. Existem também igrejas evangélicas proprietárias de estações de rádio, como a Assembleia de Deus, a Igreja Reformada de Moçam-

bique, a Igreja Maná e ainda a Comunidade Islâmica, com três estações. (Open Society, 2010: 60).

Com base no panorama acima apresentado, as rádios em África e em Moçambique em particular desempenham o papel crucial no desenvolvimento das comunidades. Este meio continua a ganhar credibilidade junto da população rural, sobretudo na educação cívica, mobilização social e nos acontecimentos importantes sobre a comunidade. Ainda mais, a sua credibilidade na comunidade deve-se à vantagem do uso das línguas locais, fazendo com que os seus conteúdos sejam mais acessíveis a um número maior de destinatários.

No contexto de pobreza, da participação democrática, da sustentabilidade ambiental e de criação de cidadania ativa, as rádios comunitárias são os únicos meios de comunicação próximo do povo. A falta de uma legislação específica sobre elas, a falta de assistência técnica, de pessoal capacitado, de recursos financeiros para a manutenção bem como de experiência de gestão coloca este meio numa situação de fraqueza e de vulnerabilidade face à ingerência do poder político.

Enquanto as coberturas das rádios atinge 92% do território nacional, a televisão situa-se na ordem de 16% de cobertura. (Open Society, 2010). O sector televisivo continua uma das áreas de fraca penetração nas zonas rurais, mas em franca expansão para as grandes urbes.

3.5.5.Os media e as línguas moçambicanas

As línguas nacionais moçambicanas são amplamente usadas na comunicação diária nas zonas rurais. Apesar delas existirem, não lhes são conferidas o “estatuto oficial explícito”, embora os discursos públicos lhes reconheçam a sua importância como o depositário da herança cultural. (Firmino, s/d).

Ponse (2011) apresenta um cenário que merece uma reflexão profunda sobre as consequências da desvalorização das línguas nacionais. Ele observou que os países africanos falantes da língua portuguesa têm o baixo aproveitamento escolar e elevada taxa de re-provações como resultado da falta de políticas públicas sobre a inclusão das línguas nacionais no sistema de educação.

Desta análise, tanto Ponse (2011) como Cossa (2011) são unânimes em reconhecer o fracasso do ensino em línguas europeias. Elas continuam sendo a barreira do sucesso escolar, porque os alunos nunca foram alfabetizados nas suas línguas autóctones. Desta maneira perdem o ânimo de continuar com os estudos logo nos primeiros anos de formação.

O quadro geral das línguas nacionais, Moçambique é um país constituído um pouco mais de 23 grupos linguísticos e de uma grande diversidade cultural. Constitucionalmente, a língua portuguesa é consagrada como a língua oficial, mas coexiste com a língua oficial muitas outras línguas africanas de origem Bantu, que representam o grosso número de falantes.

A pluralidade linguística moçambicana é a característica cultural do país, desde o Norte até ao Sul. De acordo com Ngunga (2011), a maioria da população usa as línguas moçambicanas que constituem as suas línguas maternas e instrumento de comunicação diária.

Segundo os resultados do Censo Populacional de 2007, Emakhua é a língua moçambicana mais falada em Moçambique com 26.3 por cento de falantes, seguida de Xichangana com 11.4 por cento, Elomwe com 7.9 por cento; Cisena com 7.0 por cento e as outras línguas assumem 41.0 por cento, exceto a língua portuguesa, que é falada por 6.5 por cento da população moçambicana que vive nas grandes urbes e que adotam-na como a língua falada em casa. (Censo, 2007)

Cerca de 90 por cento de moçambicanos são falantes das línguas nacionais, o que significa que elas não são línguas alternativas na comunicação entre os moçambicanos, elas constituem, por si mesma, os principais meios de comunicação através dos quais os moçambicanos se comunicam.

As práticas linguísticas oficiais em Moçambique apresentam grandes paradoxos em relação à situação linguística. São claras as disparidades numéricas dos falantes da língua portuguesa por todo o território nacional. A tabela que se segue apresenta o referido paradoxo em termos de distribuição de falantes da língua portuguesa em cada província moçambicana e na Cidade de Maputo, capital do País. (Ngunga, 2011).

Tabela nº 3: Falantes do Português por províncias e Cidade de Maputo.

| | Província | População total | Falantes de Português | % |
|-----------|------------------|------------------------|------------------------------|-------------|
| 1 | Cidade de Maputo | 959.474 | 412.162 | 43.0 |
| 2 | Maputo Província | 1.025.871 | 283.665 | 27.7 |
| 3 | Sofala | 1.338.709 | 177.655 | 13.3 |
| 4 | Zambézia | 3.021.246 | 277.906 | 9.2 |
| 5 | Nampula | 3.183.399 | 277.223 | 8.7 |
| 6 | Niassa | 904.784 | 61.223 | 6.8 |
| 7 | Manica | 1.131.269 | 64.057 | 5.7 |
| 8 | Inhambane | 1.058.135 | 57.782 | 5.4 |
| 9 | Gaza | 1.024.911 | 49.231 | 4.8 |
| 10 | Cabo Delgado | 1.306.724 | 44.914 | 3.4 |
| 11 | Tete | 1.415.977 | 44.988 | 3.3 |

Fonte: Censo (2007).

A tabela nº3 apresenta a distribuição percentual de falantes da língua portuguesa pelas dez províncias moçambicanas e incluindo a capital do país relativamente à totalidade dos habitantes das respetivas unidades territoriais. Pode-se deduzir a partir destes números que, os maiores falantes da língua oficial portuguesa situam-se na capital do país, seguido das províncias Sofala, Zambézia e Nampula.

O domínio da língua portuguesa nestas províncias está associado à implantação da maior rede nacional de educação. As províncias que menos falam a língua portuguesa têm o baixo índice de escolaridade.

Os media moçambicanos que queiram se expandir para o interior, particularmente nas zonas rurais onde existem poucos falantes da língua portuguesa, irão se confrontar com o problema da audiência. A tabela que se segue apresenta o desfasamento percentual entre os falantes das línguas nacionais e o português.

Tabela nº4: Comparação entre o número de falantes de línguas bantu e portuguesa

| Língua Materna | % Falante; 1980 | % Falante:1997 | % Falante:2007 |
|----------------|-----------------|----------------|----------------|
| Língua Bantu | 98.2 | 93.5 | 85.2 |
| Português | 1.2 | 6.5 | 10.7 |

Fonte: Gonçalves (2012)

Gonçalves (2012) apresenta o quadro evolutivo de falantes da língua portuguesa desde 1980. A autora explica estas subidas percentuais, podem estar ligadas às políticas nacionais de educação caracterizadas por uma forte expansão da rede escolar, particular-

mente para os que vivem nas zonas urbanas que optam por português como a língua de comunicação.

De acordo com Ngunga (2011), Moçambique conta atualmente com cerca de 500 órgãos de comunicação social sendo 80 são rádios comunitárias que, na sua maioria usa as línguas moçambicanas e os restantes são órgãos que usam exclusivamente a língua portuguesa no processo de comunicação com as comunidades.

Ngunga (2011) acrescenta ainda que a língua portuguesa “funciona como meio de exclusão dos moçambicanos nesse processo. Porque ela só serve para 10 por cento de moçambicanos no acesso à informação.

Se o uso das línguas moçambicanas for massiva nos media irá reconfigurar o cenário da relação entre os media e o cidadão. E enquanto elas forem o depósito de conhecimento e de herança permitirão uma maior proximidade entre ambos.

Alguns sinais de inclusão digital já começam a aparecer no cenário da radiodifusão. Das 70 rádios comunitárias registadas no Fórum das Rádios Comunitárias, 40 usam duas ou mais línguas moçambicanas, o que corresponde 5,7 por cento do aproveitamento dos recursos linguísticos nacionais nas rádios comunitárias (**ver anexo 1**). Este valor continua bastante insignificante para o universo das rádios.

O uso das línguas como ferramentas de troca simbólica entre o emissor e o recetor faz parte do processo de inclusão social. Pois a visão de inclusão social que tem sido praticada em Moçambique tem dado ênfase no uso das tecnologias, em particular o domínio de processamento de textos e navegação pela Internet.

Como se pode notar, a inclusão digital não se reduz apenas ao domínio das ferramentas informáticas, mas sim passa pela combinação das tecnologias e as línguas de comunicação nativas, ou seja, a forma como que as línguas podem participar no ciberespaço de comunicação universal.

A Lei de Imprensa não estabelece qualquer comando relativamente às políticas linguísticas dos órgãos de comunicação social, incluindo para a rádio e a televisão. Contudo, ela define uma das funções principais dos órgãos de informação do sector público, “desenvolver a utilização de línguas nacionais”. (Lei da Imprensa, 1991).

Todos os jornais apenas usam a língua portuguesa, situação que constitui uma limitante fundamental para o acesso à informação pela esmagadora maioria da população, nomeadamente entre os camponeses e as mulheres.

O sector da radiodifusão sonora, nomeadamente a Rádio Moçambique (RM) e as rádios comunitárias, têm sido mais efetivo na resposta ao desafio de inclusão de línguas nacionais. A RM transmite por dia em 21 línguas (incluindo Português e Inglês), através de 14 canais.

A tradição de radiodifusão em línguas nacionais já remonta aos períodos coloniais, noutros contextos e com outros objetivos. De acordo com Barbosa (2000) as emissões radiofónicas em línguas africanas surgem no contexto da Segunda Guerra Mundial que “provocou, entre algumas colónias britânicas [...] um recurso progressivo às emissões radiofónicas em línguas nacionais africanas” para contrariar a propaganda radiofónica alemã nazi. (Barbosa, 2007: 86).

No caso particular de Moçambique, a emissão em línguas nacionais iniciou em 1943 a partir do Centro Associativo dos Negros de Moçambique destinado exclusivamente à população moçambicana devido ao número de moçambicanos que possuíam recetores do sinal da rádio incluindo aos mineiros moçambicanos que trabalhavam na África do Sul. (Barbosa, 2007: 85-90).

Depois de 1964, devido ao aumento das ações armadas da FRELIMO, aumentou a preocupação de Portugal relativamente à segurança interna da sua colónia. Nessa altura as transmissões radiofónicas em línguas nacionais, com objetivos claramente políticos, foram coordenadas pelos Serviços da Ação Psicossocial, uma unidade de ramo militar criada para contrariar as propagandas do movimento armado. (Barbosa, 2007: 91-96).

Na atualidade, a Televisão de Moçambique (TVM), canal público, não usa as línguas nacionais na sua programação. Ela transmite apenas pequenos noticiários de trinta minutos em línguas locais nas suas delegações provinciais.

A ausência de línguas nacionais no canal público da televisão constitui uma das grandes fraquezas do serviço público de televisão, dado o potencial de inclusão e participação de cerca de 89% de audiência nacional que fala as línguas moçambicanas. A este respeito, deve notar-se que a primeira experiência de uso de línguas nacionais no sector televisivo

vo moçambicano pertence a uma televisão privada, a TV-Miramar, transmitindo um programa na língua Xi-ronga, a partir de Maputo.

De realçar que no período da colonização portuguesa em Moçambique houve algumas publicações em línguas nacionais. Pode-se citar os *jornais*, *O Brado Africano* e *O Africano* (1908-1920), ambos publicados no antigo Lourenço Marques, atual Maputo pela elite urbana de assimilados, que para além de publicarem em Português também publicavam em Ronga, uma das línguas falada no Sul do País. (Chichava & Polhmann, 2010: 135).

Chichava & Polhmann (2010) afirma que havia também alguns jornais das igrejas protestantes, nomeadamente, *Nyelete ya Miso*, mais tarde substituído por *Mallalhe*, da Missão Suíça e o jornal *Kuka Ka Mixo*, da Missão Metodista Episcopal.

Com a independência de Moçambique, no dia 25 de Junho de 1975, as práticas de imprensa em línguas nacionais não foram encorajadas, por razões de ordem política e ideológica do partido no poder, elas eram vistas como fator de divisão, tribalismo e regionalismo. (Chichava & Polhmann, 2010: 135).

Com base na Declaração da UNESCO sobre a Diversidade Cultural, de 2 de Novembro de 2001, no seu artigo 6º e nas alíneas que aplicam o plano de ação para a sua implementação, as políticas públicas sobre as línguas nacionais e sua inclusão no ciberespaço comunicativo são fundamentais para o reconhecimento oficial deste património humano.

A medida que a rádio, a televisão e os jornais avançam para novos formatos de comunicação, eles contribuem para uma maior visibilidade, interação e distribuição de conteúdos em línguas locais.

A inclusão das línguas nacionais nos media permitirá a circulação destas línguas no ciberespaço e garantirá uma maior proximidade entre os órgãos de comunicação e o cidadão, Estado e o cidadão, bem como torna uma solução para a promoção da igualdade e reconhecimento da diversidade.

Ngunga (2011) levanta uma questão de grande relevância para o ponto central desta tese, o problema da relação entre os media e as línguas nacionais no contexto moçambicano. O investigador verificou que dos 500 órgãos de comunicação social licenciados em Moçambique, apenas 80 deles, na sua maioria as rádios comunitárias, se expressam em línguas nacionais e as restantes usam a língua portuguesa na sua comunicação com a sociedade.

A partir dos dados fornecidos por Ngunga (2011), o rácio entre o número de órgãos de comunicação que se expressam em língua portuguesa e audiência que lê e fala a língua portuguesa é na ordem de 10 por cento e os restantes 90 por cento, que constitui a maioria da população moçambicana que não fala a língua portuguesa, são os excluídos.

É nesta lógica que os media moçambicanos ainda estão revestidos de uma cultura ocidental na qual vão buscar os seus referenciais e modelos que não se contextualizam com a realidade social e cultural na qual estão inseridos.

3.5.6. Migração de radiodifusão analógica para o digital

A Conferência Internacional das Telecomunicações realizada entre os dias 15 de Maio a 16 de Junho de 2006, em Genebra, as Conferências Regionais de Radiocomunicações, os debates académicos e críticas afropessimistas, todas tiveram o papel na consolidação da ideia de mudança para o sistema digital.

Existe o consenso entre os líderes africanos sobre da importância da rádio na comunicação com a sociedade. Mesmo os países africanos subscritores da declaração final da OIT acordaram em estabelecer a estrutura de implementação da transição do analógico para o digital. A referida estrutura inclui, entre outros aspetos, a adoção do padrão tecnológico de transmissão, aceite por todos os países africanos. (Mabunda, 2010:77).

Dada a segmentação dos interesses políticos e económicos dos países africanos, Moçambique ficou dependente da decisão dos países da SADC para adotar o sistema padrão de transmissão rádio e televisão digital.

Alguns países da África Austral estavam em dúvidas em relação ao modelo a adotar: ou entre o modelo ISDB-T2 (*integrated Services Digital Broadcast Terrestrial*) do consórcio

cio nipónico/brasileiro ou DVB-T (*Digital Video Broadcast Terrestrial*), usado no espaço europeu. (Mabunda, 2010:77).

Na reunião de Ministros de Comunicações e TIC realizada no dia 23 de Novembro de 2010, em Lusaka, capital d República da Zâmbia, decidiu-se adotar o modelo europeu da rádio e televisão digital designado *Digital Video Broadcast Terrestrial* , DVB-T.

Quanto às razões da adoção do modelo europeu ainda continuam desconhecidas, mas continua até hoje os debates a nível da região da SADC e nos países membros sobre o modelo ideal da rádio e televisão digital inclusivo. Ou seja, um modelo que tenha em consideração a inclusão das populações “marginalizadas” pela rádio e televisão.

Na reunião de Lusaka, de Dezembro de 2010, os países membros da SADC tomaram a decisão de adotar o modelo DVB-T até Junho de 2015. A deliberação de Lusaka não era obrigatória, dada a soberania de cada país. Por isso, dos 14 países membros subscritores, as ilhas Maurícias não aderiram ao sistema devido à sua dependência política e económica a França, enquanto Angola decidiu adotar o modelo nipónico-brasileiro, ISDB-T. (in Jornal @ Verdade, 27/06/2011).

Moçambique, ao escolher o modelo digital DVB-T tem grandes desafios do ponto de vista estratégico de implementação. É sabido que o país não possui capacidade técnica de mudança nem de gestão de conflitos subsequentes, situação que poderá colocar o cidadão moçambicano privado do acesso à informação, partindo da situação que o conversor de sinal custa 80 dólares norte americanos para televisão e 120 para rádio, (Mabunda, 2010:78).

Para permitir uma efetiva migração para o digital, Moçambique ainda não possui uma estratégia de migração para o digital que garanta a regulação de serviços; transmissão em sinal aberto ou codificado; atribuição de canais e subscrição de programas; licenciamento dos operadores de transporte e distribuição do sinal digital; registo de provedores de conteúdos; e outras garantias.

Apesar de ter sido elaborado pelo Instituto Nacional de Comunicações, órgão do Estado regulador das comunicações, um plano estratégico em forma de *draft*, todas as tentativas de elaboração de políticas pública dos sector dos media são feitas no mais estrito secretismo para não permitir um debate público sobre o assunto.

Neste sentido, já há receios por parte de alguns sectores dos media que o próprio Estado ou alguns grupos de interesses do Estado assumam o controlo do sector.

3.5.7 Televisões (sinal aberto)

Televisão de Moçambique (televisão pública)

De acordo com o relatório da Open Society (2010) existem em Moçambique 6 estações de televisão que oferecem serviços em sinal aberto, incluindo estações estrangeiras, designadamente Rádio Televisão Portuguesa para África, RTP África. No seu todo, estas estações cobrem apenas entre 15 a 17 por cento da população moçambicana. (Open Society, 2010: 17).

A Televisão de Moçambique (TVM), empresa pública, iniciou a sua emissão em 1981. A TVM atinge presentemente os centros urbanos de Maputo, Beira, Nampula, Quelimane, Tete e Pemba, sendo ainda captada em algumas capitais distritais, onde o respectivo sinal é repetido por estações locais da rede de televisão do Instituto de Comunicação Social (ICS). É o único serviço televisivo com cobertura nas 10 províncias que constituem Moçambique. (Open Society, 2010: 18).

De acordo com Mário (2010) o sistema de financiamento do serviço público da televisão está pautado no decreto que cria a TVM como empresas públicas. A TVM é financiada diretamente pelo Estado através de um “Contrato programa”. Ela é atribuída autonomia administrativa, financeira e patrimonial. Ou seja, que ela está dotada de poder próprio para decidir sobre processos de gestão dos seus recursos humanos, financeiros e técnicos, bem como de dispor livremente do seu património.

Devido à exiguidade orçamental e ao limitado mercado publicitário em Moçambique, a TVM busca outras formas de sustentabilidade financeira, através de acordos de parceria com empresas privadas e públicas, que patrocinam determinados programas de interesse público. Exemplos do primeiro caso é o patrocínio oferecido pela empresa Portos e Caminhos de Ferro de Moçambique (CFM) à TVM, para a produção do programa *Ver Moçambique*, um dos mais populares espaços informativos da estação, em que são reportados assuntos correntes ocorrendo nos diferentes distritos do País.

A telefonia móvel é ainda explorada como fonte de receita através do envio de comentários a programas ou votação em diversos tipos de concursos, mormente musicais, através de SMS. A televisão recebe dos custos das ligações telefónicas e SMS uma determinada percentagem, cobrada de forma automática por sistema eletrónico. (Mário, 2010).

Estava a decorrer até altura da entrega da presente tese de doutoramento o processo de elaboração da primeira lei de radiodifusão em Moçambique. Espera-se dessa discussão que resulte uma clarificação sobre o tipo de organização que deve ser estabelecido para a radiodifusão pública, incluindo os seus modelos de governação e financiamento, tendo em conta as recomendações da Declaração de 2002 da Comissão Africana dos Direitos Humanos e dos Povos, sobre a Liberdade de Expressão.

Como se pode notar, a questão da independência da TVM e da Rádio Moçambique, ambas empresas públicas financiadas diretamente pelo Estado é algo ainda por se definir. Para a sua sustentabilidade apostam intensamente na angariação de anúncios publicitários, do que prestar o verdadeiro serviço público. Esta situação coloca em concorrência com o sector privado/comercial que busca nas mesmas fontes as suas receitas. Tal concorrência carrega dentro de si um potencial conflito de interesses, que pode comprometer a sua natureza de serviço público.

STV

A STV foi fundada em 2002, propriedade do grupo Sociedade de Informação e Comunicação (SOICO), também possui o jornal *O País*, uma agência de publicidade, a Rádio SFM e uma gráfica. A STV cobre as Províncias de Maputo, Gaza, Inhambane, Beira, Manica, Tete e Zambézia e tem o apoio técnico da Rede Globo, uma das redes de televisão brasileira, com o qual estabeleceu parceria.

Rádio e Televisão Klint (RTK)

A RTK foi a primeira estação televisiva privada a funcionar em Moçambique. Criada em 1993, e encerrada em 2002 devido à morte do seu proprietário e reabriu em 2008 com uma transmissão irregular. Ela está associada a uma estação da rádio. O sinal da sua transmissão cobre as províncias de Maputo e Quelimane.

SIRT-TV

SIRT-TV foi criada em 2002 com sede na cidade de Tete. É o único canal de televisão com sede fora da capital do país pertencente a António Marcelino de Mello.

Televisão Independente de Moçambique (TIM)

Iniciou as suas transmissões em 2006 com a designação inicial de 9TV. O grupo possui ainda a rádio 9FM e o jornal Bola 9, que estava fora de circulação no período desta pesquisa, e uma agência de publicidade, BM9. O sinal da televisão da TIM cobre apenas a província de Maputo.

TV Maná

Pertence ao grupo Rede Maná, da Igreja Maná, com transmissão via satélite (Banda KU) para 40 países. Em Moçambique também possui a rádio 99.6 FM. O sinal da televisão cobre a província de Maputo e com tendência de expansão para as outras províncias. O grupo privilegia os temas cívicos e religiosos;

TV Miramar

Pertence a rede comunitária brasileira -TV Record, por sua vez propriedade da Igreja Universal do Reino de Deus e opera em Moçambique desde 1998. Trata-se de uma televisão privada que transmite um pouco de tudo, cultura, notícias, desporto, filmes, novelas, reportagens e documentários, mas todos importados do no Brasil. TV Miramar cobre as cidades de Maputo, Beira, Nampula e Tete.

KTV

É uma nova estação televisiva da propriedade da Media Eventos. A estação agrega a rádio KFM e foi a primeira estação televisiva que introduziu a TV *chat* na qual os telespectadores trocam mensagens “SMS” visualizados através da TV.

RTP África

Canal de rádio e televisão pública portuguesa foi estabelecido em Moçambique em 1997 através de acordo entre os governos Moçambicano e Português. Transmite via satélite

com a retransmissão hertziana para África. RTP-Africa cobre as províncias de Maputo, Sofala e Nampula.

Em 2011 foram licenciados mais três canais de televisão de sinal aberto: Gungu TV, TOP TV e ECO TV, todos estão a funcionar em regime experimental, sem grandes conteúdos. E a Televisão de Moçambique, TVM, inaugurou o Canal 2, vocacionado para entretenimento, assuntos comerciais e desporto. O canal teve apoio da Rádio e Televisão Portuguesa, RTP.

3.5.7.1. Televisão por Cabo e Satélite

TV Cabo é a primeira empresa em África na distribuição de conteúdos e dados por cabo. Proprietária da TDM-Moçambique e do Grupo Visabeira. Iniciou a construção da sua rede por cabo em 1996.

Digital Satélite TV (DStv) é uma multinacional Sul Africana de distribuição do sinal de televisão por assinatura. Opera em Moçambique desde 1995;

ZAP-é uma empresa de origem angolana que se instalou em Moçambique em 2011. É controlada em 30% pela Zon e os restantes 70% pela Isabel dos Santos.

Star Time -é um consórcio entre uma empresa chinesa e uma empresa moçambicana.

O serviço da televisão por cabo consiste na retransmissão de conteúdos produzidos por entidades terceiras que são fornecidos aos clientes através de uma rede física que estabelece a ligação de um centro de receção/emissão à casa de cada utilizador. Com este serviço, a televisão por cabo proporciona uma televisão de boa qualidade, facto que abriu uma nova fase na abertura de Moçambique às “autoestradas” da informação e do conhecimento. (Open Society, 2010: 18).

O serviço de TV por cabo cobre apenas duas cidades situadas na capital do país, cidade de Maputo e Matola, oferecendo uma média de 52 canais. Desde aparição de televisão por cabo, os serviços são comercializados sob duas formas: o pacote básico, acessível à taxa mensal base, e os pacotes codificados, acessíveis apenas aos assinantes. Neste momento, a taxa de penetração do serviço de televisão por cabo em Maputo é já superior a 30 por cento. (Open Society, 2010:18).

Estudo de audiência levado a cabo pelo *Intercampus*, publicados no Anuário 2011, revelam que 84 por cento da população moçambicana vê televisão todos os dias, sendo a audiência liderada pela televisão Miramar com uma audiência média anual de 7.7 por cento do número de pessoas que assiste o canal, enquanto a STV é o segundo canal mais visto com uma audiência média anual de 6.2 Por cento, seguido da TVM com 2.9 por cento, a TIM com 1.7 por cento, RTP com 0.4 por cento. (Anuário, 2011).

O panorama da indústria de audiovisual moçambicana está em franco crescimento, mas existem algumas lacunas a destacar em termos de cobertura e de acesso à informação pela população rural.

Em termos de conteúdos, designadamente para os audiovisuais de sinal aberto, existe uma sensação de vazio em termos de produção de conteúdos relevantes para a sociedade. A esse respeito, a II Conferência Nacional sobre a Terceira Idade realizada em 2009, lançou uma crítica contra a focalização excessiva dos programas da televisão para conteúdos jovens, com pouco ou sem qualquer conteúdo socialmente relevante. Neste aspecto, determinados segmentos da sociedade como as mulheres, crianças e pessoas idosas, têm sido largamente ignorados ou referidos de forma negativa ou paternalista, como vítimas e ou “fardos” na sociedade.

Uma pesquisa realizada por MISA Moçambique, divulgada em Setembro de 2009, sobre o grau de transparência e secretismo em torno de informação de interesse público, na posse de entidades estatais revela a persistência de uma forte cultura de secretismo no Estado, situação que afeta o exercício da liberdade de imprensa por partes dos media. (MISA, 2009).

Considerações preliminares permitem concluir que o panorama pluralíssimo dos media moçambicanos foi proporcionado pela criação do quadro jurídico derivado da Constituição República de 1990, que consagra na constituição a liberdade de imprensa e de expressão.

A Constituição da República estabelece também princípios que visam promover o pluralismo dos media, através da proibição de monopólios ou concentração dos media no sector. Persistem, contudo, imprecisões na Lei que devem ser eliminadas, bem como lacunas que devem ser preenchidas. No primeiro caso, nota-se que a Lei de Imprensa

cria interpretações dúbias quanto aos órgãos de informação, enquanto meio de difusão da informação, e a entidade proprietária deste. Daqui resulta que a Lei torna imprecisa sobre qual das duas entidades deve ser sujeita a registo.

A lacuna do sector televisivo observa-se nos princípios da transparência da propriedade dos meios de comunicação social. Por isso, existe pouca clareza nos instrumentos que estabelecem padrões de políticas e de legislação dos media e pouca transparência do regime de propriedade das televisões.

Outro aspetos importantes a destacar em relação à televisão pública diz respeito à sua parcialidade e inclinação partidária. Fazendo coro às vozes de Chichava & Polhmann, (2010:133), a imprensa vinculada ao Estado é favorável aos interesses do partido no poder, a FRELIMO.

3.6 Formação em jornalismo

Revisitando as reflexões de Ariel (2001), Salaverría (2002), Gil (2005), Espinosa (2006), Calvo (2006) e Marinho (2006), em relação a formação de jornalistas na era digital, todos são unânimes em afirmar que as reformas do ensino do curso de jornalismo devem ser o imperativo que resulta das novas tecnologias. Embora existam algumas divergências de ideias entre eles, mas todos partilham o sentimento de que os currículos de formação de jornalistas devem ser adaptados aos tempos modernos.

A situação de educação em jornalismo em Moçambique está alheio às grandes discussões de reforma e longe de responder aos desafios tecnológicos. Apesar do ensino superior de jornalismo em Moçambique constituir uma experiência ainda muito recente, os debates e as reformas dos currículos já deviam ter avançados de forma acelerada.

De acordo com o relatório de Dados Estatísticos Sobre o Ensino Superior em Moçambique⁶, publicado pelo Ministério da Educação e Cultura, em 2007, Moçambique possui cinco instituições superiores que administram cursos de Jornalismo e um do ensino médio.

Existe um aumento gradual de estudantes a frequentarem cursos de jornalismo nos últimos anos. Em 2003 havia 66 estudantes no ensino superior privado e nenhum no ensino

⁶ Ministério da Educação e Cultura, Dados Estatísticos Sobre o Ensino Superior em Moçambique, 2007

público, já em 2007 existiam 208 estudantes no ensino público e 852 no ensino privado. Em 2010 havia um universo de 1060 estudantes a frequentarem o curso de Jornalismo em todo o país. As instituições que oferecem cursos de jornalismo e outras especialidades de comunicação social destacam-se as seguintes:

Escola de Jornalismo de Moçambique: foi a primeira instituição de formação académica técnico-profissional de jornalistas no país. Surgiu nos finais da década de 1970, com cursos de capacitação de curta duração, beneficiando jornalistas já trabalhando nas redações, mas com uma formação académica de base: seis anos de escolaridade era o mínimo exigido pelo Estado para ingresso nos quadros editoriais das diferentes instituições jornalísticas, na altura todas diretamente tuteladas pelo Ministério da Informação, entretanto, extinto em 1994.⁷ Na sequência destes cursos foram ganhando forma o projeto de uma Escola de Jornalismo, formalmente constituída em 1984, como instituição dependente da Organização Nacional de Jornalistas (ONJ), a antecessora do Sindicato Nacional de Jornalistas (SNJ), como iremos abordar mais adiante.

A Escola de Jornalismo foi formando gerações de jornalistas, alguns dos quais hoje ocupando posições de proeminência nos diferentes jornais, estações de rádio e de televisão do país.

Contudo, a localização da Escola de Jornalismo dentro de uma entidade política como o Ministério da Informação e, mais tarde, sob tutela do GABINFO, fez com que ela fosse percebida, ao longo de vários anos, como parte do sistema das entidades estatais de informação e propaganda, e não genuíno centro de formação técnico – profissional, facto criador de vários constrangimentos, incluindo prolongadas indefinições em relação ao seu estatuto e programa curricular. Em 1990, finalmente, o Ministério da Educação aprovou o estatuto e programa curricular da Escola, assegurando uma equiparação dos seus certificados dentro do subsistema nacional de ensino técnico profissional de nível médio.

A Escola de Jornalismo oferece um curso médio em comunicação social com a duração de três anos e com especialização em três áreas: Jornalismo, Relações Públicas, Marketing e Publicidade.

7 UNESCO/PNUD Projecto de Desenvolvimento dos Media m Moçambique, Relatório Final do Seminário Sobre o Ensino e Formação em Jornalismo e Comunicação em Moçambique, Maputo, 2001.

Entretanto, em 2009 foi criada a Escola Superior de Jornalismo, derivada da Escola de Jornalismo de Moçambique, como instituição pública de ensino superior, por decreto do Conselho de Ministros.

Universidade Católica de Moçambique (UCM): a UCM instituiu na Cidade de Nam-pula o curso de Bacharelato em Ciências de Comunicação. Ao longo dos três anos do curso são ministradas disciplinas através de pesquisas de campo, de métodos participativos, de bibliografia específica e acompanhamento pelos docentes nas áreas: Comunicação para o Desenvolvimento; Jornalismo; Marketing e Publicidade e Relações Públicas. No último ano do curso em Ciências da Comunicação, o estudante conclui com uma pesquisa científica, que inclui o relatório e defesa, numa das áreas ou disciplinas.

Universidade Eduardo Mondlane (UEM): o primeiro e maior estabelecimento público de ensino superior do país criou em 2004 a Escola de Comunicação e Artes, (ECA), localizada na cidade de Maputo. A ECA lecionando o curso de jornalismo, e graduou até ao primeiro semestre de 2009 mais de 100 estudantes. Tal como todas as outras universidades, a UEM não dispõe de quaisquer laboratórios para exercícios práticos dos seus estudantes, carecendo também de um corpo docente efetivo suficientemente capaz de incrementar o ensino do jornalismo e transformar a escola num polo de investigação no domínio da sua especialidade.

Universidade Politécnica: Localizada na cidade de Maputo, a Universidade Politécnica criou, igualmente, o curso de Ciências da Comunicação em 1997, para formar licenciados em diversas áreas da Comunicação Social, proporcionando um quadro institucional para o desenvolvimento do ensino e pesquisa. O curso tem a duração de quatro anos, estando estruturado de modo a oferecer, a partir do Sétimo Semestre, disciplinas teórico-práticas, complementadas com cadeiras opcionais, que permitem especializações nas áreas do Jornalismo e de Relações Públicas, Marketing e Publicidade, e de Cinema. Na área de Jornalismo, os estudantes especializam-se em Jornalismo Radiofónico ou Televisivo ou ainda em Jornalismo Político, Económico ou Desportivo

Instituto Superior de Tecnologia e Gestão, ISTEg: Localizado no distrito de Boane, província de Maputo, introduziu em 2009 o curso de licenciatura em ciências da comunicação com a duração de quatro anos. Os prospetos do curso preveem uma forte componente prática, em estúdio, laboratório multimédia e redação informatizada. Contudo, a

instituição ainda não dispõe de quaisquer destes meios técnicos para exercícios práticos dos seus estudantes nem de uma bibliografia adequada.

Escola Superior de Economia e Gestão (ESEG) - localizada no centro da cidade de Maputo. Introduziu o curso de Comunicação Social em 2007, porém o curso tem funcionado com muitas dificuldades, sem laboratórios e nem corpo de docentes efetivos.

Com base na metodologia de Palácios & Noci (2007) sobre análise dos planos curriculares do ensino de jornalismo foram analisados seis planos de estudos das principais instituições de ensino de jornalismo moçambicanos, nomeadamente A politécnica, Escola Superior de Jornalismo, Escola de Comunicação e Artes, ISCTEM, ISTEg e Universidade católica de Moçambique.

Da análise feita verificou-se que os planos curriculares das instituições de formação em jornalismo, no geral, têm fraca orientação para conferir domínio em novas ferramentas digitais de produção e distribuição de conteúdos noticiosos como defendem Salaverría (2002), Gil (2005), Marinho (2006) e Canavilhas 2009). Os planos curriculares colocam a maior tónica nas disciplinas teóricas da humanidade e poucas disciplinas que conferem conhecimentos relacionados com a cultura nacional, aspetos legais, ética jornalística, os media e a democracia, etc. Estas disciplinas surgem, às vezes, como seminários organizados no final dos três anos de formação e não aparecem como parte das disciplinas nucleares.

De acordo com os documentos produzidos no “ *Seminário Sobre o Ensino e Formação em Jornalismo e comunicação em Moçambique*”, promovido pelo Projeto do Desenvolvimento dos Media da UNESCO, concluem que a relação entre necessidades das empresas jornalísticas e os programas de formação oferecidos pelas instituições de formação em jornalismo apresenta um desfasamento.

As discussões neste seminário foram unânimes em afirmar que há necessidade dos estudantes do Jornalismo serem treinados no comando básico do uso do computador e manipulação da Internet. Estas matérias, apesar de incluídas nos programas curriculares dos estabelecimentos de ensino de jornalismo, não têm sido ministradas aos alunos, porque as escolas não possuem os equipamentos informáticos.

A falta de especialização no jornalismo nacional foi apontada como sendo também uma grande desvantagem no funcionamento dos órgãos de comunicação, tendo havido sugestões no sentido dos cursos de Jornalismo conceberem igualmente módulos específicos de formação especializada de profissionais no ativo.

Apesar de aumento de oportunidades de formação, desde 2002, ainda não existem estudos sobre o impacto dos novos graduados sobre o jornalismo moçambicano. O certo é que a carreira jornalística tem sido uma opção menos atrativa. Este facto resulta, em grande medida, de uma deficiente inserção dos recém-graduados em jornalismo nas redações dos principais órgãos de comunicação social, devido a uma remuneração baixa e precariedade de contratos de trabalho.

As oportunidades de formação são mais escassas para os jornalistas que se situam nas capitais provinciais, em comparação com as ofertas na cidade de Maputo.

A nível regional, entre as instituições mais relevantes de capacitação técnico-profissional destacam-se o NSJ Trust (*Southern African Training Trust*), uma instituição baseada em Maputo e vocacionada à capacitação de jornalistas na região da SADC,⁸ bem como as Universidades *Witwatersrand* e *Rhodes University*, ambas da República da África do Sul, as quais têm aberto as suas portas a jornalistas e gestores de media moçambicanos, com importante benefício para os media privados.

Por outro lado, a formação de jornalistas em áreas específicas, como jornalismo ambiental; jornalismo económico; jornalismo científico; jornalismo político e de outros domínios, tem sido oferecida por instituições públicas ou ONG, como parte das suas próprias estratégias de *lobby* e advocacia nessas áreas, e por isso de forma pouco sistemática e não harmonizada com as necessidades dos media.

No que toca à investigação e formação científica em jornalismo, Musa (2009) afirma que a temática dominante nas pesquisas e investigações em jornalismo em África está virado para os estudos de media e colonização, bem como das preocupações das relações de poderes e os media.

⁸ NSJ encerrou as suas actividades e o seu escritório em Maputo, no início de 2009, de acordo com informações no seu endereço electrónico: http://www.nsjtrainingtrust.org/en/new_steps_in_building_a_new_nsj

A visão de Musa (2009) suscita um outro debate sobre os centros de pesquisas e investigadores africanos de jornalismo. Neste aspeto, o autor afirma que existem poucas instituições de pesquisas em jornalismo em África, porque depois das independências africanas as investigações nessa área eram feitas a partir da diáspora africana na Europa e América ou pelos europeus para África.

Nkosi (2009) volta a reexaminar as temáticas recorrentes das pesquisas em jornalismo em África na Era de globalização. O autor conclui que os parâmetros de pesquisa não fogem dos paradigmas estabelecidos universalmente, mas alerta a necessidade de se livrar destes modelos universais e encontrar modelos tipicamente africanos.

No contexto das universidades moçambicanas, a pesquisa e investigação deveria estar numa fase bastante avançada, tendo em conta a quantidade de instituições de ensino do jornalismo. Lamentavelmente, muitas universidades não possuem quadros próprios de docentes, com tempo para realizar pesquisas científicas neste domínio de conhecimento. Com efeito, uma grande parte dos docentes dos cursos de jornalismo encontra-se em regime de contrato, sendo reduzido o número de docentes a tempo inteiro.

Fora do meio académico, estudos e pesquisas mais ou menos sistemáticas sobre os media em Moçambique têm sido levados a cabo por instituições como a UNESCO, o MISA— Moçambique e o Projeto Media da Fundação Friedrich-Ebert (FES). Por exemplo, o FES, em parceria com o MISA, lançou em Abril de 2005 a iniciativa denominada Barómetro Africano dos Media (AMB), um exercício de auto avaliação africana do estado legal e das condições sócio – políticas do exercício da liberdade de imprensa nos diferentes países. Este é o primeiro projeto consistente de medição e descrição detalhada sobre a situação da Comunicação Social no Continente Africano. Os princípios e indicadores fundamentais do AMB refletem o conteúdo da Declaração dos Princípios sobre a Liberdade de Expressão em África, aprovada em 2002 pela Comissão Africana para os Direitos Humanos e dos Povos.

Quanto à disponibilidade de cursos superiores de jornalismo, a exceção do curso de comunicação oferecido pela Universidade Católica na Província de Nampula, a totalidade das oportunidades de formação académica encontram-se concentradas na capital, Maputo.

O relacionamento entre empresas jornalísticas e as instituições de ensino de Jornalismo, nomeadamente no que se refere aos estágios de alunos nas redações, o resultado das entrevistas feitas ao Diretor de Informação da STV, ao Diretor Executivo do Jornal @Verdade e ao Diretor do Jornal Zambeze, constatou que há deficiências que denunciam um processo de recrutamento aleatório por parte dos jornais e, do lado dos alunos, há falta de motivação, falta de interesse pela profissão de jornalismo e fraca preparação académica de base.

Por exemplo, a Escola de Jornalismo coloca no mercado anualmente perto de 15 novos profissionais, segundo o respetivo Diretor Pedagógico da Escola. Destes, cerca de metade tornam-se jornalistas dos Órgãos de Comunicação Social Públicos e comerciais e os restantes orientam-se para outras atividades, distintos daqueles em que foram formados.⁹

O sistema de estágios de três meses que os estudantes fazem é ineficaz, na medida em que eles começam o estágio praticamente sem qualquer domínio técnico do jornalismo, existindo grande desfasamento entre aquilo que os estagiários trazem das instituições de ensino e aquilo que se espera que eles sejam capazes de demonstrar no local de trabalho. Resulta daí que nos períodos de estágio, já nos últimos meses do curso, ainda necessitam de aprender “as coisas mais elementares” da profissão.¹⁰

Com este cenário, a indústria de comunicação moçambicana continua a apresentar um quadro de evidentes necessidades em recursos humanos tecnicamente competentes. Em consequência disto, alguns órgãos de comunicação social manifestem preferência em recrutar e empregar estudantes do ensino médio do jornalismo ou do ensino geral, sem qualquer formação jornalística prévia. Esta “solução” é porém precária, pois já vão longe os tempos em que se apregoava que apenas a prática era suficiente para formar profissionais competentes.

Numa sociedade cada vez mais exigente e onde o exercício da profissão de jornalista exige conhecimentos profundos sobre os complexos problemas que alimentam as informações mediáticas, apenas um jornalista com sólida preparação teórica estará em condições de produzir informação devidamente investigada e credível.

⁹ Entrevista feita ao Diretor Pedagógico da Escola de Jornalismo no dia 28/10/09

¹⁰ Diretor Executivo Editorial da STV, entrevistado no dia 20/07/09

O apoio governamental ao ensino superior é feito através do Ministério da Educação e Cultura e, de acordo com o seu Plano Estratégico (PEEC) o governo apenas tem uma política de melhorar e consolidar a gestão e administração do Ensino Superior Público, incluindo o estabelecimento de uma base mais transparente de alocação de recursos de modo a tornar o seu desenvolvimento sustentável.

Neste contexto, em 2006 foi criada a comissão para reforma financeira do ensino superior, com vista a assegurar uma melhor eficiência na alocação e uso dos recursos destinados a este subsistema de ensino. Foi elaborada a proposta e documentação de suporte para a criação do Conselho Nacional de Acreditação e Qualidade (CNAQ) e a proposta de Lei do Sistema Nacional de Acreditação, Avaliação e Garantia de Qualidade no Ensino Superior em Moçambique (SNAQES), ao mesmo tempo que foi aprovado o Regulamento do Sistema Nacional de Acumulação e Transferência de Créditos Académicos (SNATCA).

Assim parecem criadas as condições técnicas mínimas para uma melhor gestão da qualidade do Ensino Superior, incluindo do Jornalismo, prevalecendo, contudo, o desafio de assegurar uma base institucional competente para fazer cumprir com eficácia as políticas e estratégias adotadas. Nesse sentido, o envolvimento direto e permanente das organizações sócio – profissionais e da indústria dos media, designadamente o SNJ, o MISA Moçambique e a AEJ, torna-se ainda mais relevante, de modo a adequar continuamente os programas e planos curriculares às necessidades do mercado.

Pelas discussões aqui apresentadas percebe-se que há fragilidades que caracterizam as instituições de ensino de jornalismo em Moçambique. Nenhuma delas possui infraestrutura técnica, como laboratórios e estúdios adequadamente equipadas para o treino prático dos estudantes. Adicionalmente, o quadro de docentes existentes é manifestamente insuficiente em número e qualidade.

Faz-se sentir a necessidade do estabelecimento de mecanismos de criação de uma rede de universidades que lecionam o curso de jornalismo, de modo a harmonizar os conteúdos lecionados e assegurar ligação sistemática entre as instituições de formação e a indústria dos media, incluindo as organizações sócio profissionais.

É igualmente evidente a carência de oportunidades de formação contínua de profissionais no ativo, em que sejam promovidas ações de atualização técnico profissional, incluindo na área de jornalismo digital, gestão de media, comunicação e a comunidade, ética jornalística, etc.

Como se notou em torno da discussão sobre o ensino do jornalismo em Moçambique, a problemática recorrente em todos os debates é o desajustamento entre o perfil do candidato e as necessidades do mercado de trabalho. Mas a abordagem do ensino exige uma transversalidade com outros autores que jogam o papel fundamental para a prática do jornalismo, os sindicatos.

3.7. Sindicato e associações profissionais

De acordo com os Dados Estatísticos de Jornalistas Associados (2008), O Sindicato Nacional de Jornalistas (SNJ) foi criado em 1978 como Organização Nacional de Jornalistas (ONJ) por iniciativa do partido no poder e sob o seu controlo direto. Dos membros associados constam jornalistas e funcionários de produção dos órgãos de comunicação social e administrativo dos órgãos públicos de comunicação, designadamente Televisão de Moçambique, Rádio Moçambique e Jornal Notícias.

Estudo de Ronning (2008) observou que os jornalistas moçambicanos encontram-se entre a classe profissional com os piores salários no País, com uma média salarial mensal situada na ordem de US\$150, nomeadamente entre as pequenas publicações por fax ou via eletrónica, em que os jornalistas são mantidos em situação contratual precária e insegura.

Na mesma sequência de estudos, African Media Barometer (2009) avaliou o desempenho dos media moçambicanos e o respetivo sindicato. Os resultados foram os seguintes: ausência de um sindicato forte e interventivo; falta de um código de conduta dos jornalistas, situação que permite alguns profissionais, nomeadamente do sector público ou de capitais maioritariamente públicos exercem, duplamente, as funções de jornalista e as de assessor de imprensa, quer em instituições públicas quer em privadas, originando claro conflito de interesses e fraco impacto dos media nas comunidades rurais. (African Media Barometer 2009: 47)

Respondendo às crescentes críticas ao SNJ, o secretário-geral desta organização de jornalistas reconhece as fragilidades do sindicato que representa e afirma que há esforço que está sendo feito para retirar o SNJ da situação de inatividade e apatia. Uma das atividades a realizar será a integração na Federação Internacional de Jornalistas, da qual foi desmembrada por falta de pagamento de quotas, filiação ao *South Asian Journalist Association*, (SAJA), uma rede de profissionais de comunicação social baseada na América do Norte; e atualmente participa no projeto de criação da Federação de Jornalistas da Comunidade de Países da Língua Portuguesa.

Além do SNJ existem entidades corporativas que congregam proprietários e gestores dos media, entre elas está Associação de Empresas Jornalísticas (AEJ), que foi criada em 2004, depois de muitas discussões. Ela congrega membros provenientes dos órgãos de Comunicação Social dos sectores público e comercial. As suas preocupações concentram-se sobre assuntos de natureza comercial (taxas, custo do papel, subsídios governamentais e outros assuntos de gestão empresarial). É uma organização em processo de estruturação.

Outras associações de jornalistas incluem o Fórum dos Editores de Moçambique, (EditMoz), criado em 2004, mas ainda sem Estatutos aprovados. A EdiMoz discute assuntos relativos a estratégias de gestão editorial na comunicação social em geral, sobretudo em questões de ética na imprensa. A ação do Editmoz ainda continua limitada a reuniões esporádicas em Maputo, sem impacto no resto do país.

Ficou saliente que o SNJ, aliado fiel do governo, desde a sua criação o sindicato ainda não produziu nenhum Código de Conduta de Jornalistas e de carteira profissional, facto que fragiliza a sua capacidade de propor uma representação clara da profissão, o que torna permissível a qualquer um exercer a profissão sem nenhum quadro jurídico que o regule no exercício da sua profissão. Assim sendo, o SNJ não está a desempenhar o seu papel aglutinador e credibilizador dos profissionais de comunicação. Uma das medidas seria criação de Estatuto de Jornalistas, cujo teor clarificasse os direitos e os deveres destes como forma de valorização, credibilização e responsabilização dos jornais nas suas ações profissionais.

De acordo com Chichava & Polhmann (2010: 136) o vazio de Estatuto de Jornalistas e de outros quadros reguladores de jornalista dá azo aos jornalistas poderem, simultanea-

mente, ocupar cargos políticos e públicos, o que por vezes tem criado situações de conflitos de interesse.

3.8. Autoridade reguladora dos media

O Conselho Superior de Comunicação Social, (CSCS), é o órgão independente, autónomo administrativa e financeiramente, cuja função é de assegurar a independência dos meios de comunicação social no exercício dos direitos à informação, à liberdade de imprensa bem como dos direitos de antena e de resposta.

CSCS é composto por 11 membros sendo dois nomeados pelo Presidente da República, quatro pela Assembleia da República, um Magistrado Judicial eleito pelo Conselho Superior da magistratura Judicial, três representantes de jornalistas e um das empresas jornalísticas.

Apesar de ser um órgão considerado independente e imparcial na sua natureza constitutiva, o CSCS, ainda não é um órgão bem visto no seio dos media moçambicanos. Por isso é acusado em vários círculos da sociedade civil de favorecer nas suas decisões o partido no poder, FRELIMO. (Mário, 2009).

Em síntese, os media representam um instrumento fundamental para a promoção da cultura e do exercício da cidadania. Ela contribui para a formação de opinião e da massa crítica e abre espaço para a participação das comunidades na definição de políticas públicas.

Neste contexto, a mudança do cenário mediático para o sistema digital irá reforçar cada vez mais o poder dos medias junto das comunidades. A mudança só pode ocorrer se forem criadas as bases fundamentais sobre as quais assenta os media digitais, as TIC e serviços de telecomunicações.

Pano (2010) descrevia que Moçambique foi um dos primeiros países da África Austral a elaborar a Política Nacional das tecnologias, mas o seu entusiasmo inicial foi esmorecendo ao longo do tempo. De acordo com Sangonet (2010) Moçambique criou todas as condições necessárias para implementá-las incluindo a criação de infraestruturas e executores, mas o excesso de otimismo está a enfraquecer os projetos.

O desenvolvimento do jornalismo digital depende, em grande medida, das infraestruturas de telecomunicações. Estudos do MISA (2010) revelaram que a cobertura da Internet em Moçambique é desequilibrada. A região Sul de Moçambique, precisamente, Maputo e Matola é a que possui a maior taxa de conectividade em relação ao resto do país.

Os avanços dos media moçambicanos tem passado por momentos de grandes dificuldades de comunicação com a sociedade desde o período da colonização. Rocha (2000) apresenta a história da imprensa colonial moçambicana retratada num quadro de conflitos políticos entre as autoridades governamentais portuguesas e os jornais rebeldes, mas Capela (2010) considerava que toda a imprensa colonial em Moçambique era eurocentrista e dava pouco valor aos assuntos dos moçambicanos.

A primeira tentativa de africanização do jornal moçambicano foi por meio do jornal *O Africano*, publicado em duas línguas português e *Ronga*, por irmãos João e José Albassines. O objetivo do jornal era fornecer informação à população africana não alfabetizada, incentivando-a a escolarização. (Rocha, 2000).

Já no período pós-independência a imprensa passou por outros momentos de turbulência política caracterizada pela ideologização dos media. De acordo com Namburete (2003) e Chichava & Palmann (2010) os media foram controlados pelo Estado para garantir a veiculação das mensagens da ideologia marxista vigente, aquilo que Magaia (1994) considerava de valores políticos que chocavam com o modelo de jornalismo desejado pelos profissionais de comunicação.

O cenário do jornalismo moçambicano só veio a mudar em 1990 com a introdução da Nova constituição democrática e aprovação da Lei de imprensa, que consagrava o pluralismo mediático e a liberdade de imprensa. De acordo com Open Society (2010), a Lei de imprensa permitiu o aparecimento de 119 jornais, rádios comerciais, rádios comunitárias e televisões privadas.

Uma nova fase que vai marcar a história dos media moçambicanos é a transição para a rádio e televisão digital. Segundo Mabunda (2010) uma importante decisão tomada pelo governo moçambicano no dia 23 de Novembro de 2010, em Lusaka- Zâmbia, foi adoção do sistema digital designado DVB-T (*Digital Video Broadcast Terrestrial*).

Até adoção do sistema digital DVB-T, Moçambique atravessou quatro fases de comunicação sem nenhuma ligação efetiva com a sociedade: a fase colonial, instrumentalização do Estado, pluralismo mediático e o paradigma de digitalização. Este último ainda está em processo de discussão.

Com o último paradigma, Moçambique precisa de refletir o caminho para que os media assumam uma identidade cultural própria para a edificação de uma cidadania participativa. O paradigma digital possui características e potencialidades apropriadas para efetuar a triangulação da Marinho (2011): Media, Sociedade e Formação.

3.9. Política nacional das TIC: o impulso para os media digitais em Moçambique

O incentivo ao uso das tecnologias de informação pelo Ministério de Ciência e Tecnologia de Moçambique abre espaço para séries de mudanças nas organizações económicas, políticas, jornalísticas e sociais moçambicanas.

O uso das ferramentas modernas de trabalho e de comunicação pelas organizações e pelo cidadão depende, em grande medida, de políticas públicas de cada país nas matérias de tecnologias. Nesse sentido tem sido realizadas conferências internacionais com objetivo de formular diretrizes sobre a matéria, em particular para os países pobres.

Até 2004, Moçambique não possuía nenhuma instituição pública que coordenasse e executasse as políticas sobre as tecnologias. Os projetos e as políticas nacionais sobre ciência e tecnologia estavam integrados no Ministério do Ensino Superior. Mas para imprimir dinâmica e acomodar as diretrizes internacionais sobre as ciências e tecnologia, o Decreto Presidencial 13/2005, de 4 de Fevereiro, extingue, entre outros, o Ministério de Ensino Superior, Ciência e Tecnologia e cria o Ministério de Ciência e Tecnologia. (Boletim da República, nº5, I série, 13/2005).

O Ministério de Ciência e Tecnologia foi atribuído tarefas de formular Políticas e estratégias para o desenvolvimento das TIC, promover a investigação científica e inovação tecnológica, promover a divulgação de ciência e tecnologias, apresentar propostas de políticas e estratégia para o desenvolvimento de tecnologias. (MCT, 2007: 10-11).

Com vista a criação de política consolidada e estratégia para o desenvolvimento de tecnologias, o Decreto Presidencial nº 4/2002, de 26 de Dezembro, adequando o Decreto

Presidencial nº 2/98, de 26 de Maio, o governo decidiu criar a Comissão para a Política Informática, CPI, com objetivo de desenvolver e coordenar a implementação das tecnologias em Moçambique. Esta comissão era diretamente presidida pelo Primeiro-ministro e pelos ministros das Finanças, Educação, Ciência e Tecnologia, Ministros de Transportes e Comunicações, empresa de Telecomunicações de Moçambique, TDM e pela Universidade Eduardo Mondlane. (MCT, 2007: 51).

O decreto acima supracitado deu o passo importante para o desenvolvimento de políticas públicas sobre as tecnologias em Moçambique. Esses avanços substanciais de instituições implementadoras deveriam envolver, não só atores políticos, mas também iniciativas privadas, tal como defendem os acordos de Países da África, Caraíbas e Pacífico (ACP), de que Moçambique subscreveu e ratificou.

Depois da criação da Comissão para a Política de Informática, em seguida realizaram-se seminários regionais sobre a Ciência e Tecnologia em Moçambique. O governo moçambicano entendeu haver urgência em investir em Ciências e Tecnologias e que tal investimento fosse feito de forma estratégica e o Estado assumisse o papel coordenador. Para isso, era necessário que ele formulasse políticas por sectores. (Política de Ciência e Tecnologia, 2003)

Em resultado dos seminários regionais e diagnósticos foi produzida a “Política de Ciência e Tecnologia”, um documento que se traduziu no plano de ação, tornado público em 2002, com vista a implementação nos cinco anos seguintes. O documento “tinha metas ambiciosas com 37 projetos separados e um orçamento de mais de 250 milhões de dólares americanos, incluindo uma rede nacional de transmissão que custaria mais de 100 milhões de dólares. (Panos, 2010).

No capítulo referente ao diagnóstico da ciência e tecnologia, o documento identificou alguns aspetos fracos, nomeadamente a: a) escassez de produção científica; b) falta da valorização da massa crítica; c) inexistência de sistema nacional de investigação e desenvolvimento; d) desfasamento entre conteúdos do ensino e a realidade, entre outros pontos. (Política de Ciência e Tecnologia, 2003)

Face aos pontos fracos identificados, outro estudo de diagnóstico nacional sugeriu a elaboração da Estratégia de Ciência, Tecnologia e Inovação de Moçambique, ECTIM,

apreciada e aprovada pelo Conselho de Ministros na 15ª Sessão Ordinária, de 27 de Junho de 2006.

A formulação da política, de acordo com os documentos acima citados, foi abrangente a nível nacional e cobriu sectores diversos da sociedade, na qual apresentava princípios, estratégias, objetivos, plano de ações, atores, fontes de financiamento e mecanismo de monitoria e avaliação. Apesar da formulação da política de informática por sector, algumas áreas da sociedade ainda reclamam de uma estratégia de implementação.

Numa leitura critica, a ECTIM apresenta apenas planos de intenções no que tange ao uso de TIC; desenvolvimento de recursos humanos nas instituições de ensino, criação de infraestruturas do sistema de ciência e tecnologia, política de financiamento, promover as linhas principais de Ciência e Tecnologia, cultura de inovação, pesquisa e transferência de tecnologia, porém não apresentava planos de ações para concretizar as intenções e vontades projetadas.

Em 2003 foi levada a cabo pela rede de ONGs de África Austral designada *Southern African NGO Network-Sangonet* uma avaliação sobre a implementação das políticas públicas sobre a TIC, bem como a avaliação da participação, os resultados da avaliação concluíram que realmente Moçambique colocou as bases essenciais de discussão sobre as políticas e planos de ação para a inclusão digital. Tais bases incluem a criação de capacitação humana, infraestruturas, governação eletrónica, acesso universal ao conhecimento e desenvolvimento empresarial, mas ainda careciam implementações efetivas de infraestruturas tecnológicas básicas. Face às observações feitas, o documento recomendava algumas ações:

- A revisão da Política de Informática e a respetiva estratégia de implementação;
- Elaboração de uma estratégia de Ciência e Tecnologia abrangente e integrada de inclusão digital centrada nos cidadãos e enquadrando outros sectores chaves da sociedade;
- Criação de mecanismo de participação da Sociedade Civil na tomada de decisão nas políticas de TIC;
- Envolvimento da sociedade civil na campanha de inclusão digital
- Rever e dinamizar os mecanismos de coordenação das políticas e ações nacionais e sectoriais e a racionalização dos investimentos

- Apoiar o papel dos media comunitários na promoção de livre fluxo de informação em múltiplas línguas nacionais;
- Promover estudos e pesquisas na área de tecnologias;
- Tornar a estratégia de governação eletrónica uma prioridade nacional para boa governação e transparência
- Dar maior atenção ao sector de educação na promoção e uso de computadores e Internet nas escolas;
- Preparar a legislação necessária para o caso da convergência tecnológica;
- Alargar o Fundo de Acesso Universal para apoio das iniciativas comunitárias

Grupos de pressão da Sociedade Civil moçambicana têm apresentado ao governo propostas de implementação da política de TIC como forma de consolidação das estratégias e recomendações da UNESCO sobre a Sociedade de Informação, como cumprimento da Declaração Universal dos Direitos Humanos (1948), da Carta Africana de Direitos do Homem e dos Povos (1981), Princípios da Declaração de Liberdade de Expressão em África (2002); Princípios de Actos Constitutivos da União Africana (2000).

Estudo de Macedo *et al* (2010) sobre o ciberespaço moçambicano aponta para existência de “uma correlação entre a implementação de instrumentos de políticas e acesso à rede”, bem como o acesso à rede e a produção de conteúdos e afirmam ainda que esta correlação não é direta nem linear, porque existem outras variáveis que podem influenciar os resultados. (Macedo *et al*, 2010:36).

3.9.1. Política de inclusão digital

A definição da inclusão digital não se limita apenas a literacia informática, disponibilizando computadores às comunidades e ensinando-as a manipular os sistemas operativos, embora isto também seja necessário. Portanto, a inclusão digital deve ser entendida no sentido mais vasto como o acesso para todos das ferramentas tecnológicas de trabalho e de comunicação, incluindo a ligação à Internet, intervenção na esfera pública, realização de trabalhos, etc. (Sangonet: 2010: 36).

Para Costa (2006) a palavra “ inclusão digital” pode ter vários significados: a inclusão dos que se sentem bloqueados, dos analfabetos digitais e, outros. Seja como for, neste contexto de estudo, entende-se inclusão digital como sendo uma forma de apoio ao ci-

dadão na perspectiva de se integrar na sociedade de informação, sobretudo de cidadãos de poucas rendas.

Existem três categorias de inclusão digital: técnica, cognitiva e económica. A inclusão técnica diz respeito à capacidade de manuseamento do computador, dos *softwares* e do acesso à Internet; a cognitiva é relacionada com autonomia e independência no uso complexo das TIC, visão crítica dos meios, prática social transformadora e capacidade de compreender os desafios da sociedade contemporânea e, a inclusão económica tem a ver com a capacidade financeira em adquirir e manter computador e custo para o acesso à Internet. (Costa, 2006).

Moçambique ficou conectado à rede mundial de comunicação no início da década 90, com os primeiros serviços de Internet fornecidos pelo Centro de Informática da Universidade Eduardo Mondlane, CIUEM, a partir de 1993.

Destacaram-se no processo de inclusão digital os principais atores nacionais: a Comissão para a Política Informática, CPI; Ministério da Ciência e Tecnologia, MCT, Ministério dos transportes e Comunicações, MCT; Unidade Técnica de implementação da Política de informática, UTICT, Unidade Técnica de Reforma da Administração Financeira do Estado, UTRAFE; Instituto Nacional de Comunicações de Moçambique, INCM, Gabinete de Informação, GABINFO e Universidade Eduardo Mondlane (UEM). (Sangonet, 2010).

Como se pode notar, as tarefas principais dos atores de inclusão digital consistiam em impulsionar e supervisionar a elaboração da Política de Informática; formulação e coordenação de Políticas e Estratégias de Ciência e Tecnologias; normalização e regulamentação; promoção da valorização de conhecimento local; proteção de direitos de propriedade; elaboração de Políticas de Comunicação e de Acesso Universal; implementação da Política Informática, elaboração de projetos de legislação e regulamentação; regular a interligação das redes e a interoperacionalidade dos serviços públicos de telecomunicações, atribuição de licenças; garantir o apoio ao desenvolvimento do sector de comunicação social em Moçambique e formação de quadros superiores do sector das TIC, (Sangonet, 2010: 6-9).

Havendo uma variedade de metodologias de mediação da inclusão digital numa sociedade, o certo é que cada uma delas apresenta características comuns, de elas se orientarem mais para visão sociológica. Assim sendo, o Programa Internacional para o Desenvolvimento da Comunicação (PIDC), da UNESCO, propõe uma metodologia que “incorpora indicadores que permitem conhecer o grau de desenvolvimento de ecossistema dos media numa determinada comunidade”. (Freire e Fariña, 2010:73).

A métrica proposta pela UNESCO (2010) para a inclusão digital, no que se refere ao acesso aos media, baseia-se em dois indicadores: i) a verificação dos grupos marginalizados se tem acesso às formas de comunicação que sejam capazes de as utilizar, ii) se o país dispõe de política de TIC coesa que visa atender às necessidades de informação das comunidades marginalizadas.

De acordo com a UNESCO (2010:59) os indicadores da inclusão digital de grupos marginalizados no acesso à informação dos media contém quatro itens fundamentais:

- As emissoras públicas são acessíveis em todo o país;
- O Estado adota medidas positivas para assegurar o máximo alcance geográfico de todas as emissoras;
- Os media não impressos são acessíveis em comunidades com alto índice de analfabetismo
- As emissoras ou publicações comunitárias apresentam índices altos ou crescentes de penetração em sua área-alvo.

Quanto aos indicadores de políticas de políticas nacionais de tecnologias contempla os seguintes itens:

- As comunidades da sociedade civil, os media, governo e entidades privadas trabalham em parceria para tornar as tecnologias acessíveis;
- A política de preço não exclui comunidades marginalizadas;
- A existência de uma política e estratégia de migração digital

Estudo encomendado pela UNESCO e conduzido por Misa-Moçambique em 2010, com vista a produzir um relatório sobre o “Panorama Pluralístico dos Media em Moçambique” baseou-se nesses indicadores de inclusão digital.

No que se refere ao acesso à informação, por parte de grupos marginalizados, o estudo constatou que a rádio pública e os operadores privados divergem significativamente na qualidade tecnológica dos meios de produção de conteúdos. Apesar de operar com pessoal técnico menos qualificado, uma boa parte do sector privado da radiodifusão encontra-se melhor apetrechado que a Rádio pública, daí a razão de o seu sinal se apresentar com melhor qualidade sonora. (Misa, 2010).

Quanto à cobertura nacional da rádio é comum atribuir-se o conceito de cobertura à abrangência territorial enquanto o mais importante é a cobertura populacional. Assim, e sabendo-se que a população moçambicana se encontra mais concentrada nas zonas rurais, o estudo conclui que cobertura populacional da rádio é, em larga medida, superior à cobertura territorial.

Enquanto o sector televisivo atinge presentemente os principais centros urbanos de Maputo, Beira, Nampula, Quelimane, Tete e Pemba e com captação do sinal em algumas capitais distritais. Para o caso da televisão pública, o alcance do sinal depende dos repetidores das estações locais da rede de televisão do Instituto de Comunicação Social (ICS). Apenas uma parte do equipamento de produção de Maputo é digital, sendo o equipamento das províncias obsoleto e sem a desejada qualidade de imagem. A cobertura de sinal e populacional da televisão pública ainda não chega às zonas rurais onde também escasseia a energia elétrica. (Misa, 2010).

No que se refere à penetração de jornais para o interior de Moçambique, ela é muito limitada. Existem locais onde os principais jornais não chegam, havendo também províncias que recebem o jornal uma vez por semana, ou de uma forma irregular.

De acordo com Misa (2010) o uso da Internet no país apresenta um quadro bastante desequilibrado de consumo. Por exemplo, a cidade de Maputo tem uma cobertura de 100 por cento de serviços de Internet, seguida da província do mesmo nome, com uma cobertura de 37,7 por cento. As restantes províncias mostram uma cobertura abaixo desta média. Fora das instituições públicas e privadas com redes de Internet, existem cerca de 14.000 subscritores de vários provedores do país, dos quais cerca de metade são indivíduos particulares e os restantes são empresas.

No que tange à existência de política de migração digital, o governo Moçambicano organizou em 2010 juntamente com o Instituto Nacional das Comunicações de Moçambique (INCM), que representa o país ao nível da UIT, uma Conferência sobre Comunicações em Parceria Público-Privada. O evento tinha como lema a “Introdução da Radiodifusão Digital em Moçambique”. A conferência que tinha como objetivos dar a conhecer aos operadores públicos e privados, à sociedade civil e ao público em geral a necessidade da migração do atual sistema analógico de televisão para o digital, até ao ano 2015 e definir um conjunto de ações conducentes a um eficiente processo de migração.

O Governo moçambicano decidiu adotar, no primeiro trimestre de 2010, o modelo europeu de radiodifusão digital, conhecido por DVB-T. Em Setembro do mesmo ano, Maputo definiu como uma das metas do seu Plano Económico e Social (PES) para 2011 a migração do sistema de televisão analógica para digital, em todo o território nacional.

Volvidos seis anos, desde 2006, altura de decisão ao nível da UIT de se adotar a migração da radiodifusão até 2015, até a data da entrega desta tese de doutoramento, na segunda semana de Setembro de 2013, não havia nenhuma estratégia nacional de migração digital nem avanço para a sua implementação. Existe desde primeiro semestre de 2011 um anteprojecto de estratégia de implementação da radiodifusão digital, produzida por uma comissão intersectorial encabeçada pelo INCM. Até então, ela ainda aguarda aprovação formal do Conselho de Ministros.

De acordo com Sangonet (2009), uma instituição da Sociedade Civil Sul Africana e em parceria com o Centro Informático da Universidade Eduardo Mondlane (CIUEM) levou a cabo um estudo de avaliação da política pública moçambicana sobre as tecnologias. Os resultados reconheceram o pioneirismo do país em elaborar políticas sobre TIC e a sua importância para promover o desenvolvimento. (Sangonet, 2010:9).

A maior parte dos projetos de inclusão digital com metas até 2005 ainda estão até a data da entrega desta tese de doutoramento em fase de implementação, apenas houve pequenos avanços em 2006-2007. Como se pode notar, essa lentidão deve-se, em parte, ao excesso de otimismo por parte dos principais atores de implementação de política nacional de inclusão digital ou a falta de recursos financeiros. (Sangonet, 2010),

Nota-se que a política nacional de inclusão digital é bastante generalista e concentradora. Ela centraliza-se mais no aspeto de governação eletrónica no sector público, em vez das áreas de educação, comércio e inclusive do sector dos media.

As infraestruturas adequadas, a capacitação humana, parcerias e mobilização de recursos para a conexão ao fluxo mundial de informação e de conhecimento são fundamentais para as organizações e pessoas singulares. Mas não existe uma política de capacitação de recursos humanos, salvo alguns casos isolados que são assegurados por alguns institutos e universidades. É necessário desenvolver políticas de capacitação extensiva para as comunidades do interior. Para tal requer-se a criação de infraestruturas de conectividade nos distritos quer para a governação eletrónica, educação, telecomunicações, operadores de rádio, televisão e quer para o comércio.

Para capacitação de estudantes no manuseamento de computadores e uso da Internet, o governo tem alguns projetos nesta matéria, porém a sua efetivação não está sendo levada com seriedade pelos executores e muitas vezes redunda-se em fracasso.

Na tabela que se segue mostra as estatísticas de formação de estudantes do ensino público no domínio das TIC.

Tabela nº4: Escolas com acesso a computadores

| Tipo de escola | Nº total de escolas públicas | % Escolas com salas informáticas |
|---|-------------------------------------|---|
| Ensino geral primário 1º nível | 8700 | 0.02 |
| Ensino geral primário 2º nível | 1320 | 1.1 |
| Ensino geral Secundário 1º ciclo | 156 | 9.6 |
| Ensino Geral secundário 2º ciclo | 35 | 91.4 |

Fonte: MCT (2009)

Nas ferramentas que imprimem a literacia digital na população estudantil do ensino público, a taxa de penetração de computadores nas escolas públicas e no Ensino Secundário Geral 2 apresenta-se mais alta, na ordem de 91.4 por cento. Contrariamente, a políti-

ca pública neste aspeto reduz investimentos infraestruturais de equipamentos informáticos para o ensino primário, que é a fase crucial para a iniciação do processo de literacia digital.

Segundo Sangonet (2010), para suprir o fosso digital interno, recomenda que Moçambique assuma três desafios fundamentais para a efetiva inclusão digital da comunidade moçambicana: Infraestruturas, capacitação humana, custos e preços.

i) Infraestruturas físicas são a base sobre a qual assenta a política de inclusão digital.

Em Moçambique a conectividade e a comunicação de dados é extremamente lenta, oscilação e quedas constantes. Ainda mais, as infraestruturas de telecomunicações não estão distribuídas pelo país de forma equitativa, mas concentram-se mais nas grandes urbes, oferecendo menos oportunidade de acesso para a maioria da população. O acesso às infraestruturas de telecomunicações depende da existência de energia, mas a fraca qualidade da energia fornecida também constitui fator de impedimento. Para isso, é necessário estender a comunicação via banda larga, promoção de regulamentação de partilha de partilha de infraestruturas; assegurar a igualdade de acesso, redução dos preços dos computadores pessoais e apoio a projetos de difusão e acesso às TIC para pessoas portadoras de deficiência.

ii) Capacitação humana. Tendo em conta que o grosso número da população moçambicana situa-se na zona rural, por um lado ela assume com naturalidade que os computadores e a Internet são para pessoas ricas ou com qualificações académicas mais alta, por outro lado, a cultura moçambicana faz com que os recursos e as oportunidades cheguem primeiro ao homem e só depois à mulher e criança. Face a esta realidade, o desafio principal reside na massificação de formação, que vai para além de cursos básicos, mas para a capacitação do uso efetivo de TIC por cada grupo-alvo: homens e mulheres; aposta no sistema nacional de educação como agente promotor de inclusão digital; capacitação dos professores, não só nas habilidades básicas mas sobretudo no uso de TIC no processo de ensino-aprendizagem.

iii) O preço da Internet de Banda Larga em Moçambique é exorbitante, sobretudo para a população rural que vive com menos de 1 dólar por dia. Por isso, o

primeiro desafio é baixar o custo da Internet junto dos operadores e assegurar que os usuários beneficiem de preços reduzidos.

De acordo com o documento da OCDE 2008, a Banda Larga é o fator impulsionador da mudança estrutural, criação de novos serviços digitais, aumenta a eficiência das empresas, melhora a concorrência e sustenta a globalização:

A banda larga e as aplicações a ela associadas contribuem para a transformação da atividade económica como o fizeram outras tecnologias de utilização geral, como a eletricidade e o motor de combustão interna. Os impactos da banda larga podem ser mais importantes à medida que o preço das TIC baixar mais dramaticamente. Ainda que necessários, os investimentos complementares em inovações de competências e organizacionais podem levar algum tempo a materializarem-se para permitir a contribuição da banda larga no crescimento e na criação de emprego. (OCDE, 2008: 8)

A banda larga ainda não é nenhuma prioridade quer do governo quer dos operadores da Internet em Moçambique. Dai que a Internet é demasiada lenta e o seu custo elevado.

Em geral pode concluir-se que o governo, nas matérias de inclusão digital, tem grande interesse em criar infraestruturas que irão permitir o domínio do computador e da Internet em escala nacional, mas ainda faltam algumas infraestruturas básicas: energia elétrica, serviços de telecomunicações, capacitação de recursos humanos e incluindo a alfabetização mediática.

Outro aspeto de grande importância de inclusão digital é capacitação de recursos humanos nas matérias informáticas. Uma boa educação para os media abre espaço para formação de uma nova cidadania participativa e pró-ativa, capaz de participar em fóruns deliberativos sobre a governação e desenvolvimento da sociedade. Além disso, é uma condição essencial para o desenvolvimento de recursos humanos em três níveis: primeiro, assegurar que todos os cidadãos tenham conhecimentos básicos para o uso das TIC para diversos fins, segundo, assegurar a formação de novas gerações de cidadãos capazes de liderar e sustentar a evolução tecnológica e, por último, formação de novos de novas audiências para a rádio e televisão digital.

Sangonet (2010) concorda que existem muitas iniciativas que têm sido tomadas para a criação de condições básicas de inclusão digital e dá alguns exemplos:

- *Projeto SchoolNet*-uma iniciativa da UEM que a partir de 1997 passou para o Ministério da Educação e Cultura, MEC, em 2002. O projeto tinha em vista a introdução de salas de informática nas escolas, começando a nível pré-universitário e nos centros de formação dos professores, passando progressivamente para o ensino secundário geral e primário. Atualmente, 22 institutos de formação de professores e 76 escolas secundárias estão equipadas de computadores, mas devido aos altos custos o número de centros de formação de professores e das escolas secundárias nas capitais provinciais e grandes cidades com acesso a Internet é reduzido.
- Introdução da disciplina de informática no tronco comum do currículo escolar, cujo arranque devia se concretizar no período de 2009-2010.
- Adoção de curriculum certificado de TIC para o desenvolvimento. Este projeto foi adotado pela UTICT a partir da *European Computer Driving Licence* (ECDL).
- Formação dos formadores e a sua colocação em instituições vitais, com destaque para instituições de formação de professores e funcionários de centros de formação de professores.
- Cursos básicos de informática.
- Estabelecimento de rede Moçambicana de Ensino Superior e de Pesquisa (MoReNet) pelo Ministério da Ciência e Tecnologia que ligará 25 instituições superiores numa rede da Internet de alta velocidade, visando transformar qualitativamente e quantitativamente a capacidade de busca e partilha de conhecimento, cooperação nacional e internacional em projetos de pesquisa e acesso a recursos como a biblioteca e ferramentas de ensino-aprendizagem.
- Acesso a educação por via de sistema de ensino à distância (EAD) usando TIC a todos os níveis, começando pelo ensino superior.

No que se refere às infraestruturas básicas estão sendo criadas as seguintes ações:

- Rede Nacional de transmissão das Telecomunicações de Moçambique de banda larga e com cobertura nacional usando o cabo subterrâneo de fibra-ótica.
- Aumentar do número de cabos submarinos para acelerar o fluxo de informação digital dentro e fora do país.
- Expansão da rede elétrica nacional para as localidades e distritos.

- Instalação defronte de energia alternativa nos distritos.
- Expansão da rede de telefonia móvel.

Estes são considerados alguns avanços feitos pelo governo, mas a capacitação humana é condição essencial para o desenvolvimento em dois níveis: i) assegurar que todos os cidadãos tenham conhecimento e domínio da TIC e, ii) formação de novas gerações capazes de liderar e sustentar a evolução tecnológica, ou seja, a formação daqueles que Prensky (2001) denomina de “nativos digitais”.

As políticas públicas sobre a massificação dos computadores e de ligação à Internet já existem, mas a sua implementação continua bastante atrasada. Nisto, algumas das tecnologias básicas e o acesso à Internet já estão disponíveis no mercado, mas o seu custo continua inalcançável para pessoas de baixa renda, como nos demonstra a tabela de cobertura da internet e de serviços de telecomunicações.

Tabela nº 5: Percentagem de cobertura de serviços de comunicações

| Província | Internet | Telefonia fixa | Telefonia móvel |
|------------------|-----------------|-----------------------|------------------------|
| Maputo | 37.5 | 87.5 | 100 |
| Maputo Cidade | 100 | 100 | 100 |
| Gaza | 16.7 | 50 | 58.3 |
| Inhambane | 21.4 | 85.7 | 78.6 |
| Manica | 20 | 60 | 60 |
| Sofala | 8 | 84.6 | 61.5 |
| Tete | 8 | 61.5 | 38.5 |
| Zambézia | 18 | 100 | 58.8 |
| Nampula | 23.8 | 90.5 | 61.9 |
| Niassa | 13 | 43.8 | 18.8 |
| Cabo Delgado | 18 | 100 | 41.2 |

Fonte: MCT (2009)

Como se pode notar na tabela nº5 as províncias de Maputo e Nampula possuem a maior taxa de penetração de Internet relativamente ao resto de províncias. Enquanto nos serviços de telefonia móvel, as províncias de Maputo, Gaza, Inhambane Sofala, Manica,

Zambézia e Nampula apresentam taxas razoáveis de penetração de serviços de telefonia móvel, acima de 50% de cobertura.

A penetração da televisão, o acesso ao telemóvel e computador nas famílias Moçambicanas continua muito baixa, exceto a rádio. A televisão e o telefone ocupam lugares de destaques particularmente para as famílias urbanas. (Censo, 2007)

Estes indicadores não são favoráveis para a população rural, que constitui a maioria da população moçambicana. Ela tem apenas o rádio como meio de acesso à informação, enquanto a televisão e computador pessoal continuam sendo meios de comunicação das elites urbanas.

Na área de telecomunicações, Moçambique tem um dos mercados em crescimento a nível da África Austral, no que toca à rede móvel.

Em Moçambique o uso da Internet e de serviços de telecomunicações ainda é limitado, devido à precariedade das infraestruturas e à pobreza da maioria da população rural. O grosso número da população rural não possui rede de energia elétrica nem comunicações por telefone fixo. O grande sucesso de serviços de telecomunicações tem sido os telemóveis. (Sangonet, 2010).

Até 2008 havia mais de quatro milhões de assinantes de telefonia móvel no país, o equivalente a 21 por cento da população moçambicana. O número foi crescendo cerca de 50 por cento ao ano. Pessoas de todos os grupos sociais, incluindo os pobres, viram o valor dos telemóveis nas comunicações quotidianas. (Sangonet, 2010).

Ao lado do telemóvel, a rádio continua a desempenhar o papel preponderante nas populações urbanas e rurais. 45.5 Por cento de agregados familiares das áreas rurais e urbanas dispõe de aparelho recetor. Dai que se pode concluir que a rádio é o principal canal de informação, graças à desregulamentação e da legislação sobre a liberdade de imprensa. (Censo, 2007).

O reduzido número de televisões nas populações rurais deve-se a dois fatores: preço alto e a falta de energia elétrica nas áreas rurais.

Computadores e a Internet ainda são menos disseminados em todo o país. Havia uma estimativa de 100.000 usuários de computadores em todo país em 2007, na sua maioria homens de renda mais alta das áreas urbanas. (Panos, 2010).

Anexo nº3: ilustra o custo comparativo de preço de Internet entre as companhias fornecedoras de serviço da banda larga. Fica evidente nessa tabela que o custo da Internet pré-pago é muito caro em todas as companhias fornecedoras de serviços da designada Banda Larga, incluído as companhias de serviço móvel.

A instalação da fibra ótica vai permitir aos usuários uma maior velocidade da Internet a baixo custo, pois os preços da Internet até então praticados são demasiadamente proibitivos, chegando a custar quase o salário mínimo nacional, que ronda nos 2.500 Meticais, equivalente a 60 euros para 500 MB. E daí se justifica a fraca adesão à Internet.

Apesar dos esforços de inclusão digital, ainda prevalecem muitos constrangimentos a nível do governo para levar a cabo o compromisso nacional de expansão da política de disseminação tecnológica. As dificuldades associam-se à falta de uma coordenação interna nos sectores do Estado e a falta de recursos humanos competentes.

Os benefícios das tecnologias básicas na vida do cidadão vão muito além de comunicações ou manipulação de computador, também inclui benefícios económicos, melhoramento da qualidade de vida e bem-estar dos cidadãos, aquisição de novos conhecimentos e integração na rede mundial de troca de informação, de experiências diversas, de liberdade dos indivíduos, sobretudo de expressão e de livre comunicação.

A Internet tem implicações diretas para os media, particularmente, quando obrigam a migração do analógico para o digital. O sistema digital oferece múltiplas vantagens para produtores e usuários de conteúdos em termos de qualidade melhorada de som e imagem, para rádio e televisão; distribuição de conteúdos para diversas plataformas de recepção de conteúdos, para os meios impressos.

Neste cenário de migração tecnológica, o governo ainda não tomou decisões importantes no sentido de garantir uma boa transição dos serviços públicos da rádio e televisão, regulação do sistema digital de rádio e televisão, licenciamento de operadores, padrão de qualidade, custos, etc.

3.10. Jornalismo digital

À luz das discussões sobre as “mediamorfoses”, assunto tratado com muita atenção por Fidler (1997), Bardoel (2002), Deuze (2006), Salaverría (2010) e outros, destaca-se a questão das várias transformações que estão a ocorrer no jornalismo, transformações que propõe novas modalidades de produção e distribuição de conteúdos.

Ao avaliar as diferentes perspectivas de transformações mediáticas, as conclusões apontam para mudanças na ordem global. Não se trata de um fenómeno exclusivo dos países desenvolvidos, também afetam diretamente os países mais pobres da África, Ásia ou América Latina.

Então, refletir sobre as mudanças do jornalismo no contexto moçambicano implica refletir sobre a forma como é que meios digitais públicos e privados concorrem para criarem impactos de mudanças na sociedade e na cultura do povo. É nesta relação entre o público e o privado que esta reflexão se aponta.

De acordo com a Estratégia de Ciência, Tecnologia e Inovação de Moçambique, publicada em Junho de 2009, o governo prioriza apenas 9 sectores para o desenvolvimento tecnológico: Recursos humanos, educação, agricultura, saúde, energia, ciências marinhas e pesca, construções, água e recursos minerais. Assim, o sector dos media não constitui nenhuma prioridade em termos de política pública.

Numa altura em que as regras internacionais ditadas pela União Internacional das Telecomunicação (ITU) impõe a transição da rádio e da televisão para o sinal digital, o sector dos media moçambicano foi apanhado de surpresa. Primeiro, há falta de uma estratégia de implementação; segundo, o despreparo do governo em elaborar política pública que regule o mercado digital; terceiro, há falta do conhecimento exato sobre a transmissão digital e, por últimos, há falta de clareza das implicações sociais, em termos de custos para o cidadão.

Algumas infraestruturas básicas para a transição tecnológica para o digital já estão implantadas. A fibra ótica das Telecomunicações de Moçambique já completou um importante ciclo de expansão em todas as províncias em Maio de 2009. Os trabalhos da construção da rede nacional de transmissão começaram em 2000, quando se fez pela primeira vez a ligação entre duas principais cidades do país (Maputo e Beira) através de um

cabo submarino de fibra ótica, com pontos de amarração ao longo de cidades e vilas. Sucessivamente, a rede foi alcançando as diferentes províncias, ao longo dos nove anos da sua construção. (Mário, 2009).

Com a conclusão da instalação da fibra ótica, significa que ficam asseguradas as condições para garantir a transmissão de dados, Internet rápida de banda larga, sinal de rádio e televisão em tempo real, voz, transmissão de dados financeiros e outros serviços baseados na computação de pacotes, telefonia fixa e telefonia móvel, entre outros serviços de vital importância para as comunicações

Deste modo, Moçambique sai do *ranking* dos países com a taxa mais baixa de coberturas de Internet em África, apesar de ter sido o terceiro país do continente a aderir ao uso dessas tecnologias de informação e comunicação. No início, de acordo com o relatório de *Inclusão Digital em Moçambique: Um Desafio para Todos*, Maputo tinha uma cobertura de 100 por cento de serviços de Internet, seguido pela província do mesmo nome, com uma cobertura de 37,7 por cento. As restantes províncias mostravam uma cobertura abaixo desta média. Fora das instituições públicas e privadas com redes de Internet, existem cerca de 14.000 subscritores de vários provedores do país, dos quais cerca de metade são indivíduos particulares e os restantes são pequenas empresas.

Em termos de acessibilidade doméstica às tecnologias básicas de receção do sinal da rádio, da televisão, de telecomunicações e computador pessoal, o mesmo relatório indica que 45.5 por cento das famílias moçambicanas possuem aparelhos recetores de rádio. O acesso doméstico à televisão, a percentagem indica 19,5 por cento nas zonas urbanas e 0,7 nas zonas rurais. Finalmente, apenas 1.1 por cento das famílias (urbanas) possuem computadores pessoais. (Sangonet, 2010).

Relativamente à telefonia móvel, a taxa de penetração em 2008 era de 21 por cento em relação ao número da população moçambicana situada em volta de 21 milhões e uma cobertura geográfica de 86.7 por cento dos 128 distritos que Moçambique possui, o que 111 distritos cobertos. (Sangonet, 2010).

Em concordância com os estudos de Ronning (2008), as infraestruturas dos meios de comunicação social moçambicano na recolha, produção e distribuição de informação são inadequados para uma era de grandes avanços tecnológicos. Esta análise de

Ronning (2008) remete-nos para uma reflexão sobre como o sector dos media irá transitar para a era digital face à pobreza das infraestruturas de telecomunicações.

A história de jornais digitais em Moçambique começa com pequenos jornais em formato PDF. De acordo com Zamith (1999), os jornais eletrónicos eram lançados a partir dos pequenos jornais que eram inicialmente distribuídas via *fax*. Com meios muito modestos e pequenas equipas de apenas três a quatro jornalistas, os jornais via *fax* prosperaram com estas formas de publicações tipicamente moçambicanas, adaptando-as e distribuindo-as por via eletrónica aos respetivos assinantes. (Zamith, 1999: 2).

Diz o autor que o mercado destes jornais era bastante reduzido, pois era distribuído sobretudo nas embaixadas, organizações Não-Governamentais, empresas e instituições do Estado, gestores seniores das empresas públicas e outros profissionais. A condição essencial para receber os jornais é ter um aparelho de *fax* ou conta de correio eletrónico (*e-mail*), e poder pagar uma quantia que varia entre 20 a 60 dólares norte-americanos por mês (Zamith, 1999: 3).

Pequenos jornais por *fax*, como *Tribuna Fax*, *Vertical*, *Media Fax*, *Correio da Manhã*, *Diário do País*, *Diário de Notícias*, *Pungue*, *Ponto Zero*, *Expresso*, *Canal de Moçambique*, *Diário Independente*, *Diário da Zambézia*, *Wampula Fax* e outros, têm uma circulação que ronda entre 500 a 600 exemplares. Porém, a dificuldade em controlar a sua reprodução e reencaminhamento eletrónico tem prejudicado em grande medida as empresas jornalísticas que os produzem.

Apesar da proliferação de jornais via *fax*, a falta de preparação dos seus profissionais e das dificuldades técnicas de produção, estes jornais trouxeram uma nova forma de fazer o jornalismo em Moçambique, que contrariava o modelo de jornalismo praticado nos órgãos controlados pelo poder político instituído.

O primeiro jornal digital lançado em Moçambique foi o *Jornal Notícias*, no dia 15 de Abril de 2006. Disponibilizava conteúdos transcritos diretamente do seu congénere em papel, depois do fecho da edição.

De acordo com a nota do Conselho de Administração da empresa, o lançamento do jornal digital corresponde:

À ambição de crescimento, liderança do mercado da imprensa escrita nacional, prestação de melhor serviço aos moçambicanos na diáspora, alternativa moderna para os nossos anunciantes internos e externos. Desta forma, o Notícias contribui na divulgação, no mundo, das realizações do país nos diversos domínios da vida política, económica, cultural e social. (Conselho de Administração, 2006).

Observa-se que nesta nota do Conselho de Administração da Sociedade de Notícias, que o interesse de marcar presença na Internet prende-se com o objetivo de alargar a audiência e de transpor as fronteiras geográficas.

A disponibilização de conteúdos na Internet é feita por um técnico informático externo, contratado para o tal efeito. Ele assegura apenas os serviços de transposição de textos e manutenção da página *web*.

Dos principais jornais em papel em circulação em Moçambique, em destaque para os jornais Notícias, Domingo, Savana, Zambeze, Magazine Independente, Público, Canal de Moçambique, Desafio, Escorpião, Público, Expresso, Diário de Moçambique, Fim-de-semana e O País, apenas 6 produzem versões digitais:

- Jornal *Noticias*, www.jornalnoticias.co.mz, ainda está na fase experimental. Dispõe de conteúdos noticiosos copiados fielmente da sua edição gráfica. Destaca-se pela atualização diária dos seus conteúdos, sendo porém ainda fraca a qualidade gráfica da página, a qual não explora as potencialidades do jornalismo digital como a interatividade, recursos da multimédia, hipertextualidade, etc.
- *O Pais*, www.opais.co.mz, sendo parte de uma *holding* (Grupo SOICO), a sua página *Web* ainda não ganhou autonomia interna em relação aos outros órgãos de comunicação do grupo, pois reproduz os conteúdos noticiosos dos outros meios pertencentes ao grupo como, por exemplo, a rádio SFM, jornal *O Pais* e a STV, facto que torna as suas notícias repetitivas mas apresenta notável qualidade gráfica;
- *Canal de Moçambique*, www.canalmoz.co.mz, começou por ser um jornal Fax, com página *Web*, depois passou para um jornal semanário com tendência para alguma investigação jornalística. Contudo a sua página *Web* ainda não ganhou autonomia redatorial relativamente ao seu “progenitor” impresso. Este é o primeiro jornal digital que fornece conteúdos atualizados ao impresso.

- *Savana On-line*, www.savana.co.mz, antes iniciou com o conceito de “*Pay Per View*”, (pagar para ver), mas `a falta de adesão ao modelo, o *Savana On-line* decidiu abrir os seus conteúdos para leitura livre. Este jornal é mantido por uma equipa de informáticos externa a empresa, sem nenhuma experiência em jornalismo.
- *Jornal @ Verdade* <http://www.verdade.co.mz/>. Este começou por ser um jornal em formato de papel de distribuição gratuita. Foi lançado no dia 27 de Agosto de 2008, mais tarde marcou presença na Internet com conteúdos autónomos
- *Diário de Moçambique*, www.diariomoz.com. Um dos jornais mais antigos de Moçambique. Fundado na década 60, na cidade da Beira. No seu início desempenhou o papel político e revolucionário, sob o impulso do Bispo da Beira Dom Soares de Resende, depois passou para a gestão do Banco Nacional Ultramarino até 1975. Atualmente pertence a Sociedade Comercial de Notícias da Beira.

Em síntese, a migração de alguns jornais moçambicanos para Internet tem sido feita com muitas dificuldades. A primeira dificuldade está associada ao aspeto técnico de produção, ou seja, a largura da banda e adaptação de textos jornalístico ao novo meio; segunda está relacionada com os recursos financeiros para arcar com as despesas de manutenção e a terceira tem a ver com a mudança do perfil do jornalista para o novo modelo de jornalismo.

Por um lado, as alternativas de alguns media moçambicanos em marcar a sua presença no ciberespaço são feitas através de *blogs*. A opção por *blog* é justificada em termos de custo e manutenção reduzida. Por outro, individualmente, as pessoas mais instruídas da sociedade moçambicanas foram-se apropriando dos espaços de *blogs* para expressarem as suas opiniões, críticas e análises dos factos sociais, políticos ou mesmo para transformá-los em espécie de diário ou de lugar de expressão poética, como a seguir é tratado.

3.11. Os *Blogs* moçambicanos: primeiras plataformas de formação de opinião

De acordo com o dicionário eletrónico de significado, <http://www.significados.com.br/blog/>, a palavra *blog* é uma abreviatura de *Weblog*, sendo *Web* uma palavra utilizada para abreviar WWW (World Wide Web) e Log par significar Registo na *Web*.

Macedo *et al* (2010) afirmam que existe uma correlação entre os países que avançaram rapidamente para a Sociedade de Informação e a quantidade de conteúdos disponibilizados na Internet, no caso particular dos *blogs*.

Ao nível mais pessoal, a visão de Macedo (2010) sobre os *blogs* é muito reduzida tendo em conta que eles vão muito além da função de participação na sociedade de informação. Os *blogs* além de melhorarem as capacidades de escrita, autoconhecimento, espírito crítico e reputação, permitem desenvolver o espírito de pertença e melhorar a comunicação interna em qualquer organização, inclusive a jornalística.

No contexto organizacional, Blood (2001: 47) afirma que “as empresas que consigam divulgar internamente a informação pertinente, de forma eficiente, terão provavelmente empregados informados e a trabalhar rumo aos mesmos objetivos”. Esta afirmação sugere-nos que a comunicação integrada, ou seja, aquela usa inclusivamente blog como ferramenta de comunicação, funciona como meio de coesão interna e de transparência organizacional.

Agregação dos *blogs* à página *web* do jornal tem a vantagem de “construir a sua presença na comunidade” dos leitores, colhendo as suas opiniões, participando em eventos organizados pela comunidade fidelizada de leitores, estratégia que pode permitir o conhecimento do perfil dos usuários bem como estabelece ligações entre o usuário e a organização jornalística.

Moran (2012) alarga as vantagens da agregação dos *blogs* aos media digitais para três vantagens competitivas:

- i) Os *blogs* como fonte de notícias oferecem oportunidade para cruzar a informação e os conteúdos escritos pelos jornalistas, o que poderá tornar o jornal mais exposto e ganhar mais leitores;

ii) Permite aos jornalistas produzir conteúdos para outras publicações, o que facilita a criação de uma grande rede colaborativa;

iii) Ajudam a construir a reputação, ou seja, os usuários obtêm notícias das mais variadas fontes e um jornalista que se move em diversos meios construirá facilmente uma reputação.

Trata-se de um fenómeno ainda recente em Moçambique, pelo que a informação e bibliografia disponíveis se revelam escassas. Contudo, nota-se que esta forma de comunicação personalizada começa a ocupar um espaço relevante na sociedade escolarizada moçambicana. De acordo com Macedo et al (2010: 32), a identidade dos autores dos *blogs* são indivíduos que exercem as suas funções na área de jornalismo, literatura, economia e ensino

A aparição dos *blogs* moçambicanos é desconhecida, mas, pensa-se que terá sido por volta de 2004/5. Nos últimos 5 anos os *blogs* publicados por moçambicanos não param de aumentar e abordam uma multiplicidade de assuntos. (Vânia, 2010).

O universo dos *blogues* não é conhecido na sua totalidade, visto que estão constantemente a surgir novas páginas deste género, enquanto outras encerram a sua atividade por falta de atualização. Pode-se afirmar, contudo, que o perfil dos utilizadores inclui professores de diversos níveis de escolaridade, jornalistas e estudantes. Nota-se ainda a participação de gestores, advogados e arquitetos no seio da blogosfera, pelo que se conclui que os adeptos dos *blogs* se dedicam a profissões liberais.

De acordo com o estudo levado a cabo pela antropóloga moçambicana Vânia (2010), os *blogs* moçambicanos, em geral, são utilizados como um meio de expressão de desabafos de ideias e desencantos. De entre os 180 *blogs* por ela analisados, concluiu que existem 11 categorias, conforme se apresenta na tabela nº6:

Tabela nº6: Temáticas de *blogs* moçambicanos

| Categoria | Número |
|------------------|---------------|
| Opinião | 38 |
| Pessoais | 41 |
| Olhar Moçambique | 12 |
| Especializados | 19 |
| Música | 11 |
| Artes | 15 |
| Poesia | 13 |
| Desporto | 5 |
| Paisagens | 3 |
| Repouso | 16 |
| Eróticos | 7 |
| Total | 180 |

Fonte: Vânia (2010).

De acordo com Vânia (2010) existe uma multiplicidade de *blogs* que aborda assuntos dos mais variados tipos. A maioria dos *blogs* registados no agregador de notícias pertence a singulares e muitos deles descontinuados, por falta de manutenção. Porém, existem *blogs* que não se enquadram em nenhuma das categorias acima indicadas, mas por outro lado oscilam entre uma ou mais categorias.

Dessas categorias mencionadas, existem *bloguistas* que não são moçambicanos, mas escrevem sobre Moçambique. Estes são produzidos na diáspora moçambicana, que mesmo estando fora do país procuram abordar assuntos relacionados à terra de origem.

Em síntese, Moçambique tem alcançado melhorias nas infraestruturas de suporte ao desenvolvimento e expansão das tecnologias básicas de comunicação e formação de opinião. A expansão dos serviços da fibra ótica e da telefonia móvel tem sido fundamental nos esforços de inclusão das organizações jornalísticas no mundo digital em busca de melhoria da produção e de conteúdos informativos. Presentemente, a penetração da telefonia móvel cobre 86,7 por cento da população moçambicana, uma percentagem apreciável, que inclui as camadas mais isoladas das zonas rurais.

Os *blogs* moçambicanos apresentam uma enorme potencialidade de produção de círculos de opinião, sobretudo nos *blogs* de opinião. O desconhecimento dessa potencialidade, os media digitais perdem a oportunidade de incorporar um dos meios de diversificação de opinião, que favoreceria o arrastamento de grandes comunidades seguidoras des-

ses *blogs* para os media digitais e aumentando, consequentemente, a participação dos mesmos nos conteúdos.

Qual é a vantagem de incorporação de *blogs* no *website* de notícias?

A presença de *blogs* nas páginas *Web* de jornalismo quase que é comum em muitos jornais do mundo. Folleto (2009) afirma que a aproximação do *blog* ao campo do jornalismo tem como o “ marco inicial 2001”, no atentado terrorista as Torres Gémeas dos EUA no dia 11 de Setembro 2001. Nesse período, os *blogs* passaram a ter maior visibilidade e fonte de informação para o público. Deste modo passaram a ser vistos como um aliado ao jornalismo. (Folleto, 2009:1999).

No estudo de caso intitulado “*Big Media*” meets de “*Bloggers*” levado a cabo pelo *Kannedy School of Governament*, em 2004, revelou que o recurso aos *blogs* pelos grandes media para obtenção de informação tem sido recorrente. No entender Folleto, (2009), este recurso deve-se à escassez de informação e de representação imediata dos órgãos oficiais de comunicação nos locais de acidentes. Um papel que é assumido por alguns bloguistas locais, fazendo relatos mais localizados muito antes dos media tradicionais.

Rosen (2008) reconhece que os *blogs*, apesar de ainda serem um universo muito pequeno e não constituírem uma ameaça real para os meios de comunicação. Os *blogs* evoluíram bastante nos últimos tempos a ponto de se transformarem em ferramentas de comunicação. Alguns já incluem fotografias, vídeos e inclusive anúncios publicitários, tal como os media digitais.

Outro exemplo do papel de *blog* como fonte de notícias foi na guerra do Iraque, em Março de 2003, e que apareceram muitos blogs a relatarem o que estava acontecer no dia-a-dia da guerra. A partir daquela altura, os *blogs* com informações jornalísticas passaram a configurar como fonte de informação no jornalismo digital. (Folleto; 2009).

A massificação dos *blogs* noticiosos ajudou a inaugurar o debate académico sobre o novo fenómeno. Alguns académicos da área de comunicação formulavam críticas contra a tendência dos *blogs* se assumirem como meio alternativo do jornalismo, outros criticavam a fragilidade do jornalismo ao deixar de assumir as suas responsabilidades soci-

ais e ainda outros vislumbravam o fim da “soberania do jornalismo”. (Folletto, 2009:200).

Enquanto as vozes críticas baixam de tom, hoje em dia, o *blog* aparece como o aliado de jornalismo digital na formação de opinião e na análise dos factos noticiosos. Os grandes portais de notícias passaram a incorporar os *blogs* dos seus comentaristas mais influentes, porque vê-os como meios que permitem esmiuçar os factos e desenvolver uma ampla visão analítica, o que uma peça noticiosa não poderia fazê-lo pelas questões de limitações temporais e espaciais.

A aliança entre o jornalismo digital e os *blogs* trazem a valia de agregarem no espaço digital os seus públicos. Além disso, amplia o debate dos fatos noticiosos por meio de comentários dos usuários, potencializa o jornalismo participativo, aproxima a relação entre o produtor de conteúdos e o consumidor, introduz novas formas de produção de conteúdos e alarga o campo do jornalismo, (Folletto, 2009: 202-207)

O jornalismo digital e os *blogs* complementam-se nos conteúdos. O primeiro é mais abrangente em termos de fornecimento de informação do interesse público, enquanto o *blog* atua mais no ambiente mais específico, emissão de opinião.

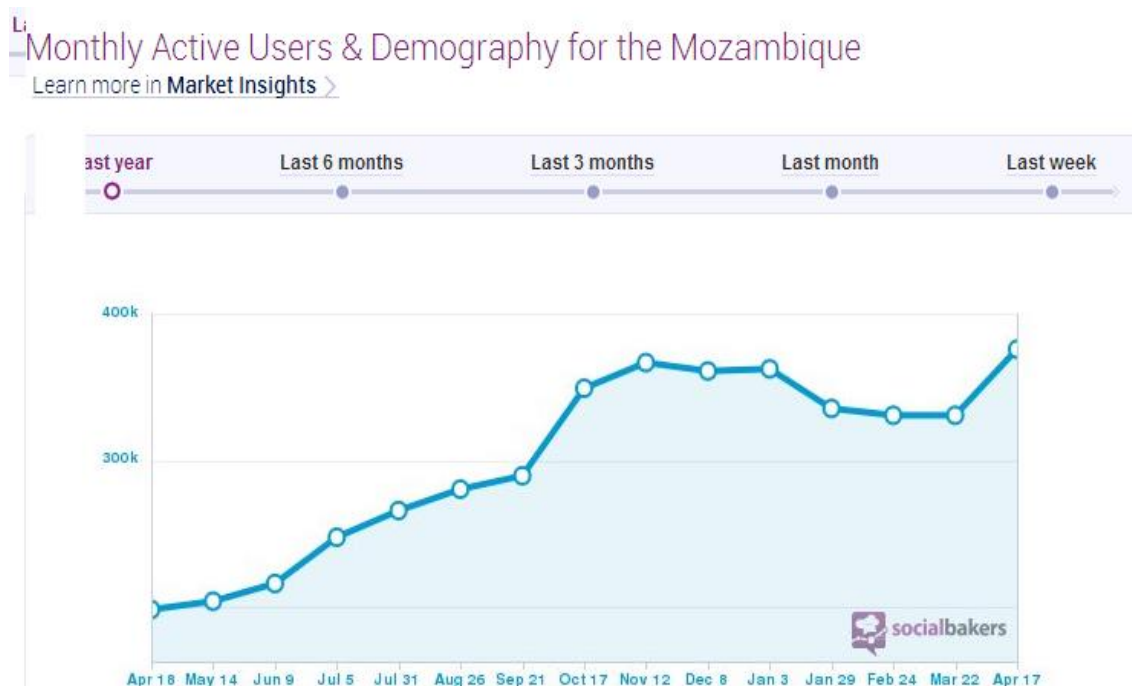
Além disso, os *blogs* têm a vantagem de criar aquilo que se designa de *Backlist*, que são *links* presentes nos *blogs* que direcionam os seus visitantes para uma página de notícias de referência. *Backlists* tem a vantagem de conduzir o tráfico de visitantes para o site de referência, melhora o *ranking* dos sites nos motores de busca e dão credibilidade ao *link* direcionado, etc. (Folletto, 2009).

Portanto, os *blogs* são resultados da massificação das tecnologias sociais mas também de uma reclamação da sociedade de mais informação, o que os media tradicionais não conseguiam responder essas demandas. De tal sorte que a fórmula de sobrevivência encontrada pelos media foi a articulação dos dois meios de informação sem perder a sua credibilidade.

3.12. Presença dos moçambicanos nas Redes Sociais

De acordo com a estatística produzida pela Socialbakers (2012), Moçambique situa-se 124º lugar, de uma lista de 213 países que usam o *Facebook*. Os usuários moçambicanos representam 0.9 por cento do total da população e apenas 32.6 Por cento do total dos usuários de Internet que o país possui e 31 mil moçambicanos tornaram-se usuários das Redes Sociais nos últimos seis meses

Gráfico nº3: Uso do *Facebook* em Moçambique



Fonte: Socialbaker (2012)

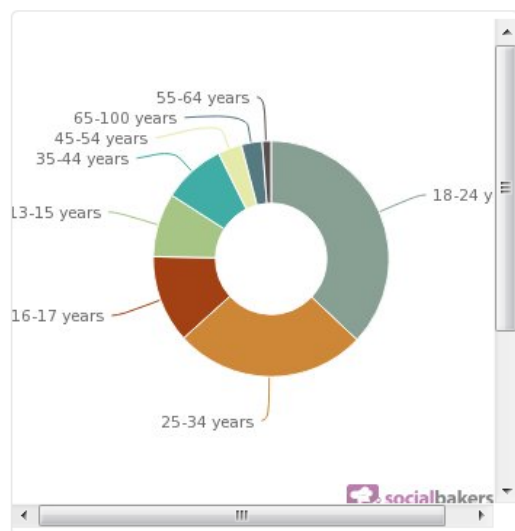
Nas estatísticas atualizadas em 2013, a taxa de penetração do *Facebook* é de 1.70 por cento comparado com o número da população e 38.52 por cento em relação aos usuários da Internet. O número de usuários ativos mensalmente situa-se na ordem de 375.740

O perfil de usuários, de acordo com Socialbakers (2012), 66 por centos dos usuários do *Facebook* são do sexo masculino, a maior parte dos quais situa-se na fasquia de 18-24 anos de idade

Em termos de distribuição por sexo, 69.por cento são do sexo masculino e 31 por cento são mulheres, conforme nos ilustra a figura nº6 que se segue:

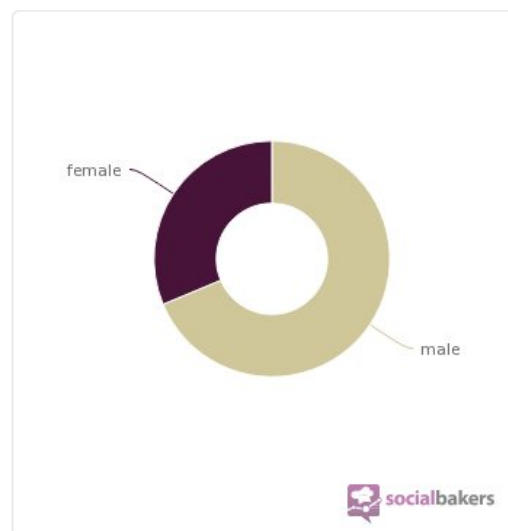
Gráfico nº 4: Uso do Facebook por idade e sexo

User age distribution on Facebook in Mozambique



Mozambique Facebook demographics is other social media statistics we monitor. The largest age group is currently **18-24** with total of 139 180 users, followed by the users in the age of **25-34**.

Male/Female User Ratio on Facebook in Mozambique



There are **69% male** users and **31% female** users in **Mozambique**, compared to 55% and 45% in **Mauritius** and 65% and 35% in **Bahrain**.

Fonte: SocialBakers (2012)

O aumento das potencialidades dos jovens moçambicanos a acederem as Redes Sociais constitui o sinal indicador e incentivo aos jornais digitais moçambicanos em investir em conteúdos digitais e distribuição dos mesmos em Redes Sociais, porque os dados estatísticos revelam uma forte tendência de aumento de nova audiência na Internet.

Para encerrar este capítulo, quatro aspetos saltam à vista para as considerações finais deste quadro histórico do jornalismo moçambicano: i) a imprensa no período colonial; ii) a ideologização dos jornais depois da independência, iii) o pluralismo mediático implantado depois da nova Constituição da República de 1990 e; iv) a mudança para o jornalismo digital.

A imprensa colonial relatada por Rocha (2000) está repleta de jornais criados em Moçambique. Muitos desses jornais eram privados ou criados por grupos de interesses económicos, exceto o *Diário do Governo* que era da propriedade do Estado.

Já Aranha (1885) tinha observado que a maioria dos jornais privados criados em Moçambique tinha uma linha editorial política, apesar de alguns pertencerem ao regime de

propriedade católica, de operário ou mesmo cultural. E é nisto que se explicam os constantes atritos com o regime colonial

Hohlfeldt (2008) e Capela (2010) são mais cautelosos em afirmar que os jornais coloniais eram políticos. O certo é que os dois autores acreditam que os jornais moçambicanos no período colonial estavam mais para servirem os interesses de consumo da comunidade portuguesa residente em Moçambique.

No período pós-independência, 1975, todos os jornais de herança colonial portuguesa foram nacionalizados e, automaticamente, passaram para o Estado. Namburete (2003) e Magaia (1994) relatam que as nacionalizações dos jornais e revistas visava alinhar as políticas editoriais nas ideologias do partido no poder, a FRELIMO. Essa visão é partilhada por outros como Chichava & Palmann (2010) que viam o *I seminário Nacional da Informação* como a primeira reunião nacional que tomou a decisão de nacionalização dos órgãos de comunicação social em Moçambique e da ideologização dos media.

Magaia (1994) relata que as grandes mudanças no jornalismo Moçambicana vieram acontecer em 1990 com a nova Constituição da República que abriu as portas para o pluralismo mediático, graças a Lei de Imprensa de 1991. Apesar do pluralismo mediático, o Estado manteve-se sob regime de sua propriedade a *Rádio Moçambique*, *Televisão de Moçambique* e o *Jornal Notícias*. Quanto aos meios de comunicação social privados, o Estado exercia controlo noutros moldes baseados no banimento dos programas críticos ao governo, restrição do exercício das atividades jornalísticas, limitação ao acesso à informação, etc.

A mudança para o jornalismo digital ocorre pela primeira vez no *Jornal Notícias*, um dos órgãos participados pelo Estado, enquanto o setor privado demorou longos anos para transitar para o digital. Neste processo de mudança não se tinha ideia bem clara do jornalismo digital. Entendia-se que era apenas a transposição do texto em jornal de papel para a Internet. Tenuemente alguns jornais privados foram assumindo e incorporando os elementos característicos do jornalismo digital nas suas páginas *Web*, criando deste modo o diferencial com jornais estatais como o *Notícias*, *Domingo* e *Desafio*.

CAPÍTULO IV: QUADRO TEÓRICO E CONCEITUAL DO JORNALISMO DIGITAL

O quadro teórico é um sistema lógico que organiza e explica os factos, enquanto a conceitualização providencia uma definição clara dos termos e determina se a investigação será compreensível e coerente (Reinard, 2008: 99). A conceptualização permite tirar dúvidas e ambiguidade quer sobre os termos empregues quer sobre as respetivas definições.

A tese baseia-se nos conceitos usados no mundo do jornalismo digital, discutidos e esclarecidos por vários autores de que serão referenciados mais adiantes.

Sendo assim, o quadro teórico e conceitual ajuda, de certa forma, a responder a pergunta que guia o trabalho: Quais são as grandes reflexões académicas em torno do jornalismo digital? Para responder a pergunta são convocadas diferentes correntes de pensamento e autores do jornalismo digital, no qual se definem os conceitos e os posicionamentos sobre o assunto em questão.

Para perceber as transformações do jornalismo, do analógico para o digital, foi necessária transpor os limites do estudo do jornalismo para outras áreas transdisciplinares como, por exemplo, estudos sobre a Internet, a informática e sociologia.

A literatura em torno do jornalismo digital deixa clara que este modelo de jornalismo é uma realidade incontornável. Embora muitas redações vivam uma fase híbrida, ou seja, o modelo analógico e digital, outras estão em processo de mudança radical quer a nível tecnológico quer no perfil profissional.

A literatura de investigação produzida no campo de jornalismo digital, nas últimas décadas, caracteriza-se pela tónica no novo jornalismo, pela produção de novas teorias e métodos de pesquisas específicas. Transversalmente também tem aparecido estudos sobre outras subcategorias como: impacto dos novos media na economia, na produção de conteúdos, na linguagem, na política e nas audiências. (Deuze, 2006: 18).

Sendo as novas tecnologias e as telecomunicações impulsionadoras do jornalismo digital, as discussões em torno do novo fenómeno tem focado nos aspetos técnicos e sociais. Nos estudos técnicos a questão debatida é a sua forma de produção, enquanto na questão social os argumentos esgrimem-se em redor da sua relação com a sociedade.

No início, as discussões de mudanças dos media e do jornalismo para o ambiente digital pareciam obras de ficção científica. Nem todos os teóricos, sobretudo os da área social, encaravam o fenómeno digital como uma obra de criação laboratorial. Eles acreditavam que se tratava de um fenómeno impulsionado pelas mudanças sociais, políticas e tecnológicas.

Face ao fenómeno transformacional dos media, já nos meados dos anos 90 massifica-se a literatura académica em torno do jornalismo digital. (Deuze, 2006:17).

Sublinhando a afirmação de transformação dos media e do jornalismo, Deuze (2006) afirma que existe uma tendência de convergência dos media, assunto também tratado com detalhe por pesquisador americano Henry Jenkins, segundo a qual a sociedade contemporânea está em grandes transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e, consequentemente, os produtos noticiosos tendem a convergir para uma única plataforma de comunicação como, por exemplo, computadores portáteis, *Ipod*, *Ipad*, *Smartphone*, que se transformam em novos dispositivos de acesso aos conteúdos noticiosos.

O certo é que a partir da década 90 já se configurava um novo modelo de jornalismo nas redações baseadas na Internet. Foi neste contexto histórico que começou o grande *boom* de investigação sobre este novo território de estudo. Desde Europa, Estados Unidos, Austrália e África, os investigadores de comunicação abriram novos campos de pesquisa sobre os efeitos da Internet nas redações, na sociedade, no perfil profissional do jornalista, no cidadão, na cultura, na política, etc. Muitas das conclusões apontam para claros benefícios da Internet para as pessoas, para as famílias, para as organizações e para a sociedade.

Embora haja uma grande euforia em torno do jornalismo digital e o seu impacto nos diversos setores da sociedade, o jornalismo digital continua a levantar receios quanto à sua rentabilidade como negócio. Eles reconhecem as fragilidades de negócio de produtos noticiosos pela Internet e lançam algumas estratégias de desenvolvimento a partir da publicidade paga e da venda conteúdos, aquilo que se designa de *pay-per-view*.

Analisando cada um dos modelos de negócios propostos, o primeiro não cobre totalmente os custos, porque os anunciantes ainda não tem confiança suficiente pela publici-

dade feita na Internet. O segundo modelo tem provocado problema, pois a sociedade entende que o jornalismo digital torna grátis o consumo dos seus conteúdos.

De acordo com o informe do Observatório de la Ilustración Gráfica de 2008, reconhece a falibilidade do modelo de negócio baseado em conteúdos pagos, mas defende a implementação de um modelo misto, que eles designam de “freemium” no qual são oferecidos serviços básicos gratuitos pagos pela publicidade, enquanto se cobra os mais avançados ou especiais (premium). (Observatório de la Ilustración Gráfica, 2008: 23).

Deuze (2006), no que concerne ao interesse de investigação do novo fenómeno jornalístico, clarifica que muitos académicos das mais variadas áreas de ciências “foram sendo atraídos pela investigação sobre a comunicação social à medida que os media se foram insinuando mais na sociedade, e as vidas de tantas pessoas por todo o globo foram ficando saturadas pelos media”. (Deuze, 2006: 17).

A saturação dos media significa exatamente a perda de credibilidade do jornalismo clássico, porque por um lado o jornalismo busca tendenciosamente satisfazer os interesses ideológicos subjacentes, por outro, as notícias são influenciadas por interesses de lucros imediatos, por organizações políticas e económicas poderosas

A tentativa de sistematização da história de investigação em jornalismo digital, Deuze (2006) revela três posições assumidas pelos pesquisadores na abordagem da temática: uns assumem a posição normativa que questiona se a Internet corrige o problema sob investigação (*reinforcement*); outro posicionamento investigativo focaliza-se na temática de continuidade ou descontinuidade do jornalismo (*replacement*); e por fim há grupos que investigam as novas potencialidades trazidas pelas práticas emergentes do novo jornalismo (*novelty*). (Deuze, 2006: 19).

Deuze (2006) volta a apontar uma outra perspetiva de investigação, a teórica. De acordo com o autor, o modelo teórico discute as relações entre o jornalismo tradicional e o digital. A abordagem neste assunto tende a colocar tónicas na questão técnica de produção e distribuição de conteúdos. Deste modo, abre-se um novo campo de investigação do jornalismo digital: o jornalismo colaborativo ou do cidadão, que é impulsionado pela interatividade e Redes Sociais da internet. (Deuze, 2006: 20).

De facto as diferentes perspectivas de estudo do fenómeno digital no jornalismo apresentam diferentes abordagens, o que nos induz a concluir que o jornalismo digital enquanto fenómeno em processo, pressupõe teorias e perspectivas de abordagens contraditórias.

Já na tentativa de criação de uma “escola de comunicação digital”, no sentido de academia de reflexão convergente, tal como a Escola de Chicago, Escola de Frankfurt, por aí em diante, Palacios e Noci (2007) afirmam que Brasil e Espanha criaram uma aliança que têm feito esforço em procurar entender o fenómeno do jornalismo digital.

No Brasil, o início de pesquisa sobre o jornalismo remonta o ano de 1996, altura em que dois investigadores, da Universidade de Bahia, Marcos Palacio e Elias Machado, publicaram o livro conjunto intitulado *Manual de Jornalismo na Internet*. No mesmo ano, investigadores da Universidade do País Basco, Espanha, concretamente Koldo Meso e Javier Dias Noci publicaram uma obra semelhante intitulada *El periodismo electrónico. Información y Servicios en la era de ciberespacio*.

A rede de pesquisa criada pelos investigadores dos dois países converge na metodologia de pesquisa sobre o novo jornalismo e busca harmonizar a linguagem usada para descrever o fenómeno, mas os conceitos aplicados para o novo fenómeno ainda apresentam divergência entre vários autores como veremos mais adiante.

As redes de pesquisa não se reduzem apenas entre Brasil e Espanha. Noutros pontos do mundo começam a surgir grupos de interesse em torno da investigação do jornalismo digital, de forma conjunta ou individual.

4.1.Década 90: abertura do novo campo de pesquisa em jornalismo

Na atualidade, a palavra “paradigma” tem sido empregue com frequência nas mais diversas áreas de estudo: economia, educação, política, religião, etc. Ela foi cunhada pelo físico Thomas Kuhn, nos finais da década 60, para mostrar ao mundo científico as leis, teorias e modelos aceites tacitamente pela prática científica. São modelos que podem sofrer mudanças.

Assim, o conceito de paradigma no jornalismo percebido a partir de Thomas Kuhn é algo que pode ser entendida como positivo, traz uma evolução, um crescimento para qualquer ramo da ciência, em particular para o jornalístico, ou ainda pode levar à ruptu-

ra ou à continuidade. Tal ruptura ou continuidade vai resultar em novos valores e teorias do jornalismo, uma espécie de tese/antítese.

Serra (2007) afirma que o conceito de paradigma já foi objecto de crítica na década 60, pelo facto de apresentar significados diferentes ao longo da obra de Tomás Kuhn, mas não deixa de ter um valor inegável e explicativo no âmbito da epistemologia. O autor conclui que as Ciências de Comunicação fazem parte do rol das ciências multiparadigmáticas. (Serra, 2007: 41-44).

As conclusões de Serra (2007) induzem a um recuo histórico em torno da história do jornalismo para revisitar os diversos paradigmas de jornalismo que são fundamentais para a perceção dos processos de mudança.

A análise da história do jornalismo obriga a convocar um dos mais importantes teóricos da comunicação, nomeadamente Dennis McQuail, que partilha a visão multiparadigmática no jornalismo e das ciências de comunicação em geral. Na classificação de McQuail (2003) os paradigmas de jornalismo dividem-se de seguinte forma: paradigma sociológica; funcionalista; interacionista simbólico; behaviorista; informacional; semiótico informacional; semiótico textual. (McQuail, 2003:47-54).

Cada um desses paradigmas relatados por McQuail (2003) permite dar uma visão geral das etapas históricas de mudança do jornalismo. Em seguida fornecem-nos a luz necessária para analisar ao atual paradigma, ainda em transição.

Serra (2007: 63-69) divide os estudos de comunicação em três períodos fundamentais:

a) Meados do século XIX até aos anos 20 do século XX, período segundo o qual apareceram os primeiros sinais de estudos de comunicação levados a cabo por estudiosos como Auguste Comte, Emille Durkheim, Gabriel Tarde, Le Bon, Georg Simmel e Max Weber estudam as transformações provocadas pela Revolução Industrial e as consequências direta nas formas de comunicação interpessoal e mediatizada. Nesse grupo destaca-se Max Weber que iniciou os estudos da “sociologia de imprensa” que veio dar origem a “sociologia de comunicação”.

No mesmo período, Serra (2007) aponta o ensaio de Gabriel Tarde, num dos capítulos da obra intitulado *L’Opinion et la Foule*, como o marco do início dos es-

tudos de comunicação. Mas essas informações criam uma contradição histórica quando outros autores afirmam que os primeiros estudos de comunicação, em termos académicos foram na altura da criação do Instituto para o Estudo dos Jornais (*Institut für Zeitungskunde*), em Leipzig 1916.

Antes dos primeiros estudos de comunicação na Europa, concretamente na Alemanha, já havia nos EUA um embrião de pesquisa sobre o fenómeno da comunicação mediatizada, precisamente, os estudos levados a cabo pela Escola de Chicago, a partir de 1910, que investigavam a “Natureza do jornal e o seu papel na integração dos imigrantes nos EUA”; estudos dos efeitos das comunicações de massas sobre as crianças, mais tarde os estudos de Harold Lasswell que inauguraram as primeiras investigações sobre a comunicação de massa.

b) Até o início dos anos 60, período em que Serra (2007) considera o de afirmação e consolidação do paradigma dominante. Nessa época encaixa-se a obra de Harold Laswell *Propaganda Techniques in the World War*, publicada em 1927, segundo a qual analisa os efeitos da comunicação de massa sobre os receptores. Neste período, o autor subdivide em dois outros: o que vai até aos anos 30, dominado pela teoria hipodérmica ou de efeitos diretos e ilimitados baseada na teoria behaviorista de estímulo-resposta e da sociedade como massa. O segundo subperíodo vai dos anos 40 até ao início dos anos 60, correspondente ao estudo da sociologia funcionalista dos media, no qual estão incorporados os estudos sobre as Teorias Matemáticas de Comunicação de Shanonn e Weaver bem como os estudos psicológicos sobre a dinâmica do grupo e o papel de *gatekeeper*.

c) Até finais dos anos 80, período de contestação e desconstrução do “paradigma dominante”, destacam-se na Escola de Frankfurt Teodor Adorno e Max Horkheimer. Na escola de Toronto surge a teoria dos media desenvolvida por Harold Innis e Marshall McLuhan. Nos estudos culturais da Escola de Birmingham evidenciaram-se os nomes de Richard Hoggart, Raymond Williams e Stuart Hall. Apareceram também estudos semióticos e estruturalista de Roland Barthes e Umberto Eco; o estruturalismo de Michel Foucault, teoria de “usos e gratificações” de Elihu Katz e J. Blumer e outros

d) Dos finais dos anos 80 do século XX até hoje. Período caracterizado pelo pluralismo paradigmático, teórico e metodológico como resultado da contestação e desconstrução do “paradigma dominante”. De acordo com Serra (2007), trata-se de um período em que se nota uma tendência de estudos de receção em detrimento da produção; da interacção em detrimento de transmissão; de maior atenção aos aspectos políticos, culturais do fenómeno da comunicação.

O autor acima citado apenas apresenta uma parte sistematizada dos estudos do fenómeno de comunicação, embora o fenómeno se apresente complexo. McQuail (2003:50) chama atenção para a existência na história do jornalismo de algumas teorias do tipo liberal e pluralistas, outras são mais da perspectiva funcionalista, ainda outras defendem uma transmissão linear de efeitos dos media.

Acrescenta-se neste propósito, o contributo de alguns teóricos de investigação do jornalismo digital, Armananzas et al. (1996) e Noci (2008) que historiografaram o jornalismo digital nos EUA e a sua influência na Europa e em Espanha, em particular.

Noci (2008) conta que face aos meios estabelecidos como a rádio, televisão, sobretudo a imprensa, o jornalismo digital é o que ninguém discute os estatutos históricos e a possibilidade de ser investigado, aplicando sobre ele as metodologias técnicas de historiografia, por ser o mais jovem meio de comunicação emergente.

O mesmo autor descreve que os primeiros sinais de estudo do jornalismo digital estão descritos no manual sobre a história de comunicação tanto em Espanha como no Brasil. O referido manual incorpora capítulos sobre os meios digitais. O mesmo autor refere que já em 2004 havia questionamentos sobre as metodologias de investigação em Jornalismo digital e aponta a Bitolas Jankowski e Martine Vaz Selm como sendo os pioneiros que abordam a questão de investigação sobre as Redes se são outras formas de investigação em ciências sociais ou requerem métodos específicos de estudo.

Noci (2008) afirma ainda que no estudo do fenómeno da comunicação recomenda-se o uso de metodologias já existentes ou a triangulação de vários métodos. Para isso é necessário prestar necessária atenção aos paradigmas do jornalismo.

A atenção exigida por Noci (2008), quanto ao emprego de metodologias diferentes ou trianguladas, subentende-se que os fenómenos de comunicação comportam-se de formas

diferentes em cada paradigma de comunicação. As metodologias para tal devem ser diferenciadas ou combinadas para não se incorrer ao risco de interpretações erradas.

Em termos históricos, os autores como Larequi *et al.* (2000); Armananzas et al, (1996); Nora (1995); Rost (2006) e Albornoz (2007) são unânimes em afirmar que o jornalismo digital tem a sua origem nos finais dos anos 80 e início de 90, nos Estados Unidos da América, EUA. Para eles, as condições criadas pelo desenvolvimento das novas tecnologias de comunicação e informação facilitaram o aparecimento do novo modelo de jornalismo.

González (2008) vai mais ao fundo e associa a aparição do jornalismo digital a convergência de duas tecnologias fundamentais: a informática e as telecomunicações. Tal convergência possibilitou a conexão dos computadores numa vasta rede mundial de comunicação.

Toda a tentativa técnica de desenvolvimento de jornalismo digital ocorre no contexto americano. Numa outra perspetiva nota-se que as parcerias entre as empresas informáticas e a imprensa permitiram a partilha de conhecimentos fundamentais que vieram dar origem ao jornalismo digital.

Larequi *et al.* (2000:25) consideram que a partir de 1993, a data do ponto de partida para o estudo do jornalismo digital. Os autores são unânimes em afirmarem que nesta época começaram a aparecer as primeiras publicações exclusivamente digitais, o que tornava visível o maior fluxo de conteúdos por duas vias: a mais simples (vídeos jogos, serviços complementares) e a mais atrativa (o uso de hipertextos).

Como acima se referiu, os primeiros sinais de estudos académicos e científicos sobre a digitalização tinham iniciado nas décadas anterior a 90 como literatura de ficção científica. Por exemplo Noci & Ayerdi (1999) referem-se do livro de Anthony Smith intitulado *Goodbye Gutenberg*. Mas as primeiras marcas literárias de transformação da ficção em realidade foram dadas em 1995 por Willian H. Gates, autor do livro intitulado “*Rumo ao Futuro*”. O autor compara a Internet do futuro com uma “Estrada da Informação”, por onde todos os media irão circular. Numa das passagens da obra, o autor afirma que “na autoestrada da informação os documentos eletrónicos enriquecidos com novos elementos poderão fazer coisas impossíveis de realizar com uma mera folha de papel”.

A profecia de Gates (1995) vai, posteriormente, levantar uma série de estudos em torno do impacto que as novas tecnologias iriam provocar nas sociedades, nas famílias e nas organizações, inclusive na área de jornalismo. Na mesma linha de pensamento, Fukuyama (2000) já afirmava que “as pessoas irão se associar em massa na era da informação”, os professores de administração de empresas, consultores de gestão e gurus de tecnologias exaltam a entrada da nova forma de organização baseada em Rede, (Fukuyama, 2000: 288).

Deuze (2006:16) aponta alguns precursores de investigação em jornalismo digital como por exemplo Pavlik (2000); Neureberger (2000); Bardoel & Deuze (2001); Kawamoto (2003); Singer (1998), Kopper (1998), Albornoz (2007). Moherdaui (s/d) acrescenta o elenco apontando outros pesquisadores como Marcos Palácios, Susana Barbosa, António Fidalgo, Helder Bastos, Pablo Bockowski, Jay David Bolter, Javier Echeverria, Janet Murray entre outros.

Todos os pesquisadores apontados iniciaram estudos sobre o jornalismo digital como um novo campo de investigação científica. Deuze (2006) é mais claro ao precisar o período de tempo do início do estudo do jornalismo digital, ao afirmar que “a pesquisa sobre jornalismo digital começou a aparecer em meados dos anos 90, à medida que a Internet abria caminho por entre as redações e se tornava uma ferramenta de trabalho, bem como uma plataforma para divulgação de notícias”. (Deuze, 2006:16).

Pavlik (2001) e Deuze (2006), em momentos diferentes, estudaram o impacto do jornalismo digital sobre as notícias na sociedade. No entender dos autores existem vários tipos de impactos, a salientar: i) sobre o modo como influencia o conteúdo noticioso; ii) sobre como influencia o funcionamento das redações e as estruturas das indústrias mediáticas; iii) sobre como influencia o modo de trabalho dos jornalistas; iv) e sobre como influencia as relações entre os autores mediáticos: empresas mediáticas, os jornalistas, o público, a concorrência, os anunciantes, as fontes, etc. (Pavlik, 2001: xiii).

De acordo com Canavilhas (2008), os teóricos como Bardoel & Deuze, (2001); Díaz Noci, (2001); Hall (2001); Salaverria (2005) foram notando que a medida que o jornalismo digital evoluía incorporava características diferenciais, nomeadamente, hipertextos, multimédia, interativos, memória, etc., (Canavilhas, 2008:153).

No estudo específico das características do jornalismo digital existem uma imensidão de pesquisas. Apesar deste avanço, este campo de estudo traz sempre novos conceitos e novos elementos que se acrescentam às características do jornalismo digital ou naquilo que Zamith (2008) apelida de “potencialidades” do jornalismo digital. (Zamith, 2008:26-27).

Já nos últimos anos apareceu um novo foco de estudo, a produção de conteúdos digitais. Trata-se de uma abordagem de estudos técnicos ou de uma tentativa que busca explorar convenientemente as características da Internet, sobretudo, a linguagem jornalística, novos gêneros jornalísticos, recursos técnicos, processo de produção e distribuição, etc.

Canavilhas (2006), em *Webjornalismo: Da pirâmide invertida à pirâmide deitada* analisa a questão da forma de construção textual em jornalismo digital. A estranheza de elaboração de textos em blocos hipertextualizados, seguindo o modelo de pirâmide invertida é uma das novidades que se acrescenta ao jornalismo digital.

Guillermo Franco apresenta um manual de como *escrever para a Web - Elementos para a discussão e construção de manuais para redações online*, propõe uma padronização da escrita webjornalismo, etc. Todos estes autores constituem o manancial para propor um modelo de produção de jornalismo *online* e a normalização dos conteúdos e das técnicas.

Deuze (2006) acrescenta que existem outros estudos feitos em torno dos novos media, sobretudo em torno da questão do gênero jornalístico e práticas emergentes no jornalismo *online*, tais estudos, segundo o autor, foram feitos por teóricos como: Singer (1998) sobre a função da moldagem e manutenção da comunidade; Paul & Fiebich (2002) sobre os elementos digitais da narração jornalística; Deuze & Diamond (2002) que trataram da questão de produção e distribuição de conteúdos noticiosos. (Deuze, 2006: 20-21).

Guri (2005) sistematiza os enfoques do estudo do jornalismo digital em duas correntes: A primeira orienta-se na análise do fenómeno da Internet e seu impacto nas redações e a segunda dedica-se na análise da organização e estruturas dos meios digitais. (Guri, 2005:169).

Com base na sistematização indicada pelo Guri (2005) realmente alguns pesquisadores como Castells (2001); Habermas (1979); Mattelart (1993) Worton (2000), Gates (1995), Negroponte (1995) e outros articulam os seus estudos na corrente da Internet e seu impacto social e organizacional, incluindo sobre os media.

Na segunda corrente enquadra os estudiosos dos próprios media digitais. Àqueles que se dedicam a estudar a dinâmica e funcionamento dos medias digitais destacam-se: Guri (2005), Armañaza (1996), Noci & Armentia (2000), Cabrera (2000) e outros de origem espanhola.

Bertocchi (2006) aponta outros pesquisadores que se dedicam ao estudo do jornalismo digital. Ela reconhece o contributo de Ramón Salaverría, Javier Diaz Noci, em Espanha; Paul e Christiana Fiebich, nos EUA; Teun Van Dijk, na Holanda e outros. Mas, de acordo com autora supracitada, a lista não é exaustiva, pois inclui tantos outros autores que trouxeram contribuições significativas para o estudo da teoria dos géneros no espaço digital.

Ainda que o jornalismo digital seja um fenómeno relativamente recente, Pavlik (2000) na sua obra intitulada *The Impact of Technology on Journalism* faz um relato evolutivo do fenómeno. Para este pesquisador, a primeira fase correspondia à transposição pura e simples do texto impresso para o ambiente virtual. A diagramação é praticamente a mesma dos jornais expostos nas bancas. Na segunda fase, embora se continue seguindo os padrões de texto tradicional, alguns outros recursos são adicionados como o aperfeiçoamento e desenvolvimento da estrutura técnica da rede e uso de recursos e características oferecidas pela Internet.

Na terceira fase o jornalismo digital atinge um carácter próprio, com modificações e iniciativas empresariais e editoriais que levam a um modo de produção exclusivo para a Internet. Os *sites* jornalísticos ultrapassam a concepção do jornalismo digital como uma simples versão de um jornal impresso e passam a explorar de melhor forma as potencialidades oferecidas pela rede: o hipertexto, a multimédia e a interatividade.

Como em qualquer classificação histórica dessa ordem cabe aqui uma ressalva, que nem todos os meios de comunicação que dispõem de redação digital passaram por essas três fases. Alguns deles ainda estão atrelados as características da primeira ou da segunda

fase, outros, a separação entre uma geração e outra não é clara, com elementos de duas ou mesmo das três fases presentes em simultâneo em um único veículo e ainda autónomas, ou seja, que nasceram e cresceram dentro do meio digital.

Alves (2006) avaliando os primeiros dez anos do jornalismo digital desde 1990 até 2000 relata que o jornalismo em vez de encarar a *Web* como um novo meio com características próprias assumiram-na como uma nova ferramenta de distribuição de conteúdos, originalmente produzidos em outros formatos, ou ainda, viam a *Web* como uma extensão ou complemento do produto tradicional. Por isso, a primeira década de jornalismo digital foi caracterizada pelo “pecado original” de transferência de conteúdos de um meio tradicional para outro novo com pouca ou nenhuma adaptação. (Alves, 2006: 93).

Foi deste modo que o jornalismo digital tomou corpo, não como um meio totalmente novo de produção jornalística, mas como uma inovação dos media já existentes, acrescido de características próprias e inovadoras, possibilitadas pelos recursos técnicos da rede. E é a partir deste tipo de pressuposto retórico que crescem os discursos da “morte do jornal”.

Alves (2006: 95) afirma ainda que no seio das grandes transformações provocadas pelo meio digital, vozes proféticas já anunciam a crise do jornalismo tradicional provocada pela tecnologia que, conseqüentemente, provocou “a morte dos meios tradicionais que não tinham a capacidade ou não sabiam se adaptar ao novo ambiente mediático em gestação”. Na mesma reflexão o autor fala do “mediacídio”, uma ideia que faz oposição ao conceito de Mediamorfose de Fidler (1997). Mediacídio, segundo o autor, refere-se a morte da profissão de jornalismo, porque não consegue se adaptar a nova realidade, bem como de empresas de comunicação incapazes de mudar as suas formas de negócio e as suas linguagens.

O estudo de jornalismo digital não pode desvincular-se da presença do sistema de conectividade das redes de computadores mundiais. De acordo com González (2008) a presença do jornalismo na Internet é uma tentativa deste poder se adaptar ao novo meio, graças às potencialidades tecnológicas criadas por este.

Pelos vistos, o jornalismo trasladou-se para o meio eletrónico integrando os seus processos de trabalho da redacção: produção, tratamento e distribuição de conteúdos, bem

como moldou o perfil dos seus profissionais. Foi deste modo que as empresas jornalísticas se converteram em verdadeiros meios digitais, apropriando-se das novas tecnologias de comunicação oferecidas pela rede de Internet.

No que se refere ao processo de integração dos processos de produção no meio digital, a tese dedica mais adiante um capítulo que focaliza as mutações do jornalismo no novo espaço de comunicação exigidas pelo próprio meio, situação que veio dar origem a um novo modelo de jornalismo quase distanciado do clássico, com características próprias: Interactividade, multimedialidade, memória, hipertextualidade, instantaneidade e universalidade.

Larequi *et al.* (2000), Vivar, & Arruti. (2001), Quadros (2002) e Rost (2006) apresentam exemplos de jornais como Wall Street, os grupos *Knight Ridder*, *Gannett*, *Times Mirror*, *Hearst*, *Washington post* e outros como *WSJ* e *San Francisco Chronicle* e o *San Francisco Examiner* que estão entre os mais progressistas no avanço para a era digital.

Larequi *et al.* (2000) e Albornoz (2007) situam o ano de 1993 como o início do jornalismo digital, enquanto Quadros (2002) e Nora (1995) situam o seu começo no espaço temporal entre 1995-1996, precisamente com a divulgação das primeiras notícias em formato digital.

Em 1995 mais de 120 diários americanos já tinham avançado para o digital. E para concorrer com as empresas das telecomunicações e outras empresas de produção cultural, 123 diários agruparam-se numa estrutura cooperativa designada, *New Century Network*. (Nora, 1995: 40).

De acordo com Nora (1995), a mesma vaga de adesão aos meios digitais começou a atingir os prestigiados semanários como o Jornal *Times*, da revista *Wired*, *National Geographic* e *Scientific American*, *The New Republic* e outras. Três anos depois da corrida ao digital, *Mercury Center* registou 25.000 horas acumuladas de consulta por mês, o que dava ao jornal pequenos crescimentos das suas receitas. (Nora, 1995: 40). Seja como for, é consensual entre os pesquisadores, que a década de 90 ficou como o marco paradigmático de jornalismo digital. De acordo com Larequi *et al.* (2000: 25), Vivar, & Arruti (2001:135), o elemento curioso destes jornais digitais foi a ampliação dos conteúdos em dois aspectos: os jogos e o uso de hipertexto.

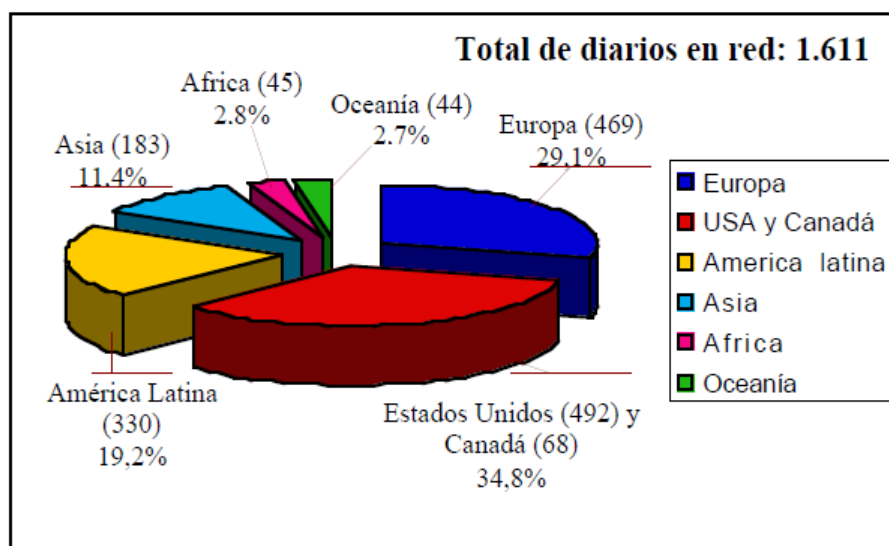
Para sistematizar a história do jornalismo digital Rost (2006) descreve quatro etapas do seu desenvolvimento:

- **Presença corporativa**- período em que as páginas *Web* mostravam apenas informações da empresa que permitiam reforçar a imagem corporativa e algumas notícias do dia. Nesta etapa, o objectivo do meio era marcar a presença no ciberespaço.
- **Transposição**- é o período em que se buscava reproduzir com maior fidelidade possível o que se publicava no jornal impresso. O objectivo era que o leitor tenha o mesmo produto informativo que se compra em papel. Nesta fase começam a aparecer alguns hipertextos e arquivos digitais. Não existia actualização de notícias.
- **Autonomia**- As páginas *Web* já apresentavam conteúdos produzidos especialmente para o meio. A actualização já é feita de forma permanente no momento que ocorrem os factos. Há algumas tentativas esporádicas de exploração de hipertextos e multimedialidade, enquanto o leitor conta com alguns espaços pouco visíveis para se expressar e comunicar-se. Nesta etapa, o objectivo do meio era tentar definir uma linguagem própria para o meio
- **Interactividade**- neste caso o meio oferece múltiplas possibilidades de selecção de conteúdos e diversas alternativas de expressão e comunicação no discurso público do meio. O usuário tem presença visível e notória entre os conteúdos. O objectivo do meio é aproveitar os recursos específicos do digital e oferecer um meio que confere poder ao usuário na construção da actualidade

O autor acima citado explica que estas quatro etapas não são taxativas, mas constituem uma categorização com objetivo de análise, pois há casos de jornais que passaram por todas as etapas enquanto outros saltaram de uma etapa para outra.

O Gráfico nº5 que se segue mostra a distribuição estatística da presença dos jornais na Internet.

Gráfico nº5: Presença de jornais na Internet por continente



Fonte: Gonzaléz (2008)

Os dados numéricos colhidos em 1997 pela Gonzaléz (2008) davam conta da existência de 1611 jornais digitais, este número ficou superado em 2008 quando novos dados estatísticos apontavam para um pouco mais de 8000 edições digitais.

Canavilhas (2006:3) estabelece o rácio entre o número de internautas e o aumento de jornais digitais. Segundo o autor, há 972 milhões de utilizadores de Internet no mundo. A taxa de penetração¹¹ situava-se na ordem de 15,2 por cento, que de acordo com o ponto de vista do autor era bastante baixa. E, em termos de distribuição das taxas de penetrações a nível dos continentes são representadas de seguinte forma: EUA 68 por cento; Oceânia 52,9 por cento; América Latina 13,3 por cento; Ásia 9,2 por cento; e África 2,7 por cento, enquanto Deuze (2006) apresenta uma cifra de 14.111 jornais digitais na Internet no ano de 2002.

Como se pode notar que há uma crescente expansão dos jornais digitais na Internet e proporcionalmente vai crescendo o número de internautas, que na atualidade já supera as percentagens acima indicadas. Um aumento também reconhecido por Canavilhas (2006), que vê o sucesso do crescimento associado ao ritmo de crescimento da Banda Larga e dos serviços de telecomunicações.

¹¹ De acordo com Canavilhas (2006), a Taxa de penetração é calculada pela seguinte fórmula: (Número total de clientes) / (população total)

4.2.Crise do jornalismo impresso e a mudança para o digital

Neste quadro de análise de mutações do jornalismo, um grupo de estudiosos desenvolveu a teoria fatalista da “morte do jornal”. Para eles, os jornais enfrentam uma crise sem precedentes. Meyer (2007), cuja teoria teve seguidores como Hufmann (2009), Young (2010) e Tuyll (2010) relata que o surgimento da Internet comercial lançou o jornalismo impresso na pior crise da sua história. Mayer (2007) acredita que até 2043 será o fim do jornal.

Se Chalaby (2003) criticava o jornalismo como sendo uma invenção Anglo-americana do século XIX, o certo é que essa mesma invenção está em declínio nos mesmos países ocidentais conforme as profecias de Mayer (2007).

Estudos mais recentes revelam a queda vertiginosa da venda de jornais nos EUA e Reino Unido e a tendência de migração das empresas jornalísticas para o sistema digital.

A tabela e a demonstração gráfica de Edmonds (2012) e Smithson (2013) mostram a queda de venda de jornais.

Tabela nº 7: Declínio de venda de jornais no Reino Unido (2003-2013)

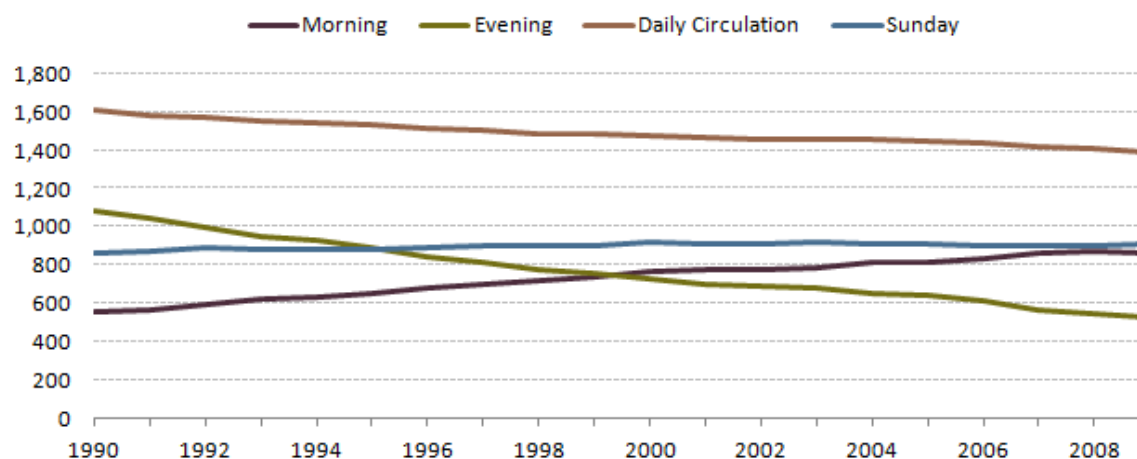
| Newspaper | 2003 | 2013 |
|--------------------|-------------------|------------------|
| Sun | 3,578,506 | 2,409,811 |
| Daily Mail | 2,518,544 | 1,863,151 |
| Daily Mirror | 2,071,059 | 1,058,488 |
| Telegraph | 946,697 | 555,817 |
| Star | 835,343 | 535,957 |
| Express | 983,391 | 529,648 |
| Times | 671,340 | 399,339 |
| Financial Times | 431,875 | 275,375 |
| Guardian | 409,568 | 204,440 |
| Independent | 221,926 | 76,802 |
| Total sales | 12,668,249 | 6,850,340 |

Fonte: Smithson (2013)

Gráfico nº6: Declínio de venda de jornais nos EUA (1990-2008)

Number of Newspapers Continue to Decline

Weekday and Sunday Editions, Yearly Increments



Source: Editor and Publisher Yearbook data

Note: The Yearbook is no longer published, so these figures have not been updated since 2009

PEW RESEARCH CENTER'S PROJECT FOR EXCELLENCE IN JOURNALISM

2012 STATE OF THE NEWS MEDIA

Fonte: Edmonds (2012)

Estes são apenas alguns exemplos da situação dramática do declínio de venda de jornais em quase todos os países ocidentais ou de economias desenvolvidas. Não é possível determinar um único fator da queda e do consumo do jornal em papel, mas tudo indica que o aumento de oferta de jornais digitais e a sua forma de distribuição em dispositivos móveis está a contribuir para a superação da crise do jornal.

De acordo com a escatologia de Meyer (2007), segundo a qual existe uma diminuição de leitores de jornais a cada ano que passa, o mesmo prognóstico é reforçado por Hufmann (2009), “as pessoas lêem muito menos jornais do que liam. O número de consumidores de jornais diminui e a curva está se inclinando numa velocidade estonteante”. (Hufmann, 2009:105).

A previsão fatalista de Meyer (2007) prova que o número de leitores vai diminuindo a cada ano que passa, mas outras interpretações como as de Salaverría (2007) tentam dar provas contrárias de que diminuição de venda de jornais não vai marcar o fim do jornal em papel, mas haverá a sua adaptação às novas situações do mercado. Certamente, os gestores das empresas jornalísticas optarão por se adaptar, aceitar e render-se diante do fascínio dos media digitais tanto pela sua capacidade de atualização como pela velocidade de distribuição numa escala planetária como já previam as profecias de Marchal McLuhanna sua “aldeia global”.

As profecias sobre o fim do jornal impresso começam a tornar uma realidade pela quantidade de notícias que anunciam o fecho de jornais com publicações em formato de papel, como o caso do semanário norte-americano *Newsweek*, do diário espanhol *El País*, *The New York Times*, *Le Monde* e muitos outros jornais.

Essas tendências aceleradas de migração do jornal para digital denunciaram durante muitos anos que os jornais sempre se apoiaram num material frágil e ecologicamente incorreto.

Mas não seria de todo correto afirmar que o jornal está em crise e irá desaparecer, mas a abordagem certa seria a adaptação do jornal a uma nova plataforma, ou seja, a sua continuidade noutros moldes, “remediação” ou naquilo que Fidalgo (2000) descreve como uma lógica de substituição:

“...Ou até interpenetração de “velhos” e “novos ‘media’”, uma outra lógica se insinuou na segunda metade da década de 90: a da hipotética substituição de uns por outros, ou mais especificamente, a eventualidade de a Internet, muito simplesmente, poder acabar com os “media” tradicionais e com o essencial da actividade jornalística tal como a entendemos hoje”. (Fidalgo: 2000:3).

Tal como Fidalgo (2000), Ibarra (2010) apresenta a solução do problema da crise da imprensa escrita buscando outros meios alternativos de comunicação “mais democráticos e participativos e desenvolvimento de inovações e novos projectos que incorporem a cultura digital”. (Ibarra, 2010).

Numa outra perspetiva pode se ler que a crise vivida pelos jornais ocidentais não é uma consequência direta do avanço das tecnologias, mas resulta da crise financeira que afeta os seus países.

Por um lado, os defensores do jornalismo digital como por exemplo, Grabowicz (2013) enumera um conjunto de exemplos de jornais americanos que estão a abandonar o negócio de jornal em papel para se dedicarem exclusivamente ao digital. Segundo o autor, esta atitude empresarial visa acompanhar a tendência de consumo dos leitores do que meramente uma estratégia de negócio.

De acordo com Grabowicz (2013), os jornais digitais são mais interativos que os seus progenitores impressos; os custos de distribuição são reduzidos sensivelmente na Internet; os artigos e reportagens são complementados com informações adicionais através de hipertextos, que não teriam espaço nas edições em papel; as notícias são actualizadas várias vezes durante o dia e consultada instantaneamente por leitores em qualquer lugar do mundo. Além de todas estas vantagens, há também a possibilidade de base de dados das edições anteriores, fóruns de discussão abertos ao público, canais de mensagens instantâneas e em tempo real e muito mais.

Por outro lado os jornais digitais não irão substituir as edições impressas. Mais do que uma ameaça, eles representam um importante instrumento complementar para as empresas jornalísticas. Os jornais impressos irão sobreviver e prosperar no ambiente digital, porque a interface do jornal possibilita ao leitor visualizar todos os artigos escritos de forma rápida e eficiente, simplesmente passando as páginas e a visão pode captar uma grande quantidade de informação num rápido olhar, sejam elas relevantes ou não.

Muitas são as justificações para a sobrevivência dos jornais impressos, tendo em conta que os acontecimentos estão hoje cada vez mais na esfera do jornalismo televisivo e *online*, devido à sua natureza de imediatismo. Apesar disto, os jornais continuam a ter a sua importância na explicação dos factos, na interpretação e na análise dos seus efeitos. Nora (1995) expressa a sua dúvida se realmente os órgãos digitais serão mais produtivos relativamente à imprensa. Para o autor, tudo depende da capacidade de cada órgão absorver “esta nova revolução dos media”. (Nora, 1995: 44).

Almiro-Roing (2006) traça um percurso explicativo da crise de valores no jornalismo tradicional. Segundo o autor, o advento das maquinarias digitais nas redações confirmou uma das piores profecias de desgraça: o descalabro do modelo de negócio dos jornais tradicionais. Tal crise não só está associada às tecnologias, mas também a corporativização dos meios, ou seja, a fusão das empresas jornalísticas que ameaçava a sobrevivência da imprensa como instituição independente.

Tal como os outros autores Garcia & Fariña (2008) associam a crise da imprensa à acentuada queda do negócio do jornal devido a perda de leitores. De acordo com os autores citados, afirma ainda que a partir da última década do século XX, a crise da imprensa tornou-se grave na maioria dos países tendo como principais causas a diminuição geral de difusão, perda do mercado publicitário, queda acentuada do número de leitores jovens, diminuição da influência face à rádio e televisão e corte nos custos de produção e distribuição. (Garcia & Fariña, 2008: 186).

A Associação Mundial de Jornalismo, a organização que agrupa os editores dos principais jornais do mundo, na reunião anual de 2006 em Moscovo, apresentou os dados estatísticos sobre a venda dos jornais no mundo. De acordo com o informe, o continente asiático teve aumento de vendas na ordem de 1,7 por cento, graças aos maiores mercados da China e da Índia, mas houve uma queda de vendas na ordem de 0,24 por cento para o mercado europeu e 2,5 por cento para o americano. (Garcia & Fariña, 2008: 186).

Como se pode notar, a perda do valor do jornal em nada se associa ao advento do jornalismo digital, mas aos fatores de ordem económica e de sustentabilidade do negócio, contrariamente, as profecias do início da década 90 atribuíam a crise do jornalismo tradicional à presença das novas tecnologias nas redações. Hoje, a teoria está a perder o

seu peso dando espaço a teoria da presença da Internet como factor reorganizador do processo de produção e distribuição dos conteúdos jornalísticos.

Contudo, não existe nenhuma relação de causa efeito entre a massificação das novas tecnologias e a crise do jornalismo. A análise da crise do jornalismo impresso deve ser vista na perspectiva de novas tendências económicas e de novos produtos informativos.

De acordo com Garcia & Fariña (2008), a recuperação do investimento publicitário no ambiente digital é o sinal motivador e de otimismo num sector pejado de problemas para aumentar o seu número de leitores.

4.3. “Tecnofobia”: crítica ao mundo digital

Se as tecnologias estão a provocar transformações substanciais no jornalismo que temos conhecido até agora, assistem-se duas tendências opostas e nocivas: “tecnorresistencia e tecnoalucinação”. A tecnorressistência, quase equivalente a tecnofobia, manifesta-se em jornalistas veteranos quando negam qualquer outra forma de inovação técnica, enquanto a tecnoalucinação revela-se nos jovens jornalistas que depositam demasiada fé na tecnologia como se ela fosse panacea do jornalismo em detrimento da verdade. (Salaverría, 2002: 396).

Deste modo, a “tecnorresistência” cria, consequentemente, incertezas quanto à sobrevivência do jornalismo digital. O medo da insustentabilidade do jornalismo digital está associado aos fatores políticos, sociais e económicos. Do ponto de vista económico, relaciona-se com a incapacidade do negócio digital poder prosperar no novo mercado, pelo desconhecimento da sua fórmula técnica de produção nas redações, do modo de apresentação das notícias, da relação com as fontes e com os leitores, da actualização constante das páginas *Web*, etc. (Poster, 2000: 111-132, Edo, 2002, 45-46).

A posição de Poster (2000) inspira-se nas teorias críticas da esquerda marxista assumida por Herbert Marcuse na sua obra “O Homem Unidimensional”, que via no modelo capitalista de produção a ausência de actividades emancipadoras da classe operária. Trata-se de uma crítica a exploração do homem pelo homem como a retratou Jurg Habermas na sua obra a “Técnica e Ciência como Ideologia”.

Avesso às tecnologias virtuais e as suas consequências directas na sociedade, em toda a sua transversalidade, Virilio (1999) denuncia os perigos da revolução cibernética. Ele revolta-se contra aquilo que ele chama de “democracia virtual” e as suas consequências morais, políticas e culturais. O autor questiona a relação entre a velocidade da era de informação e o poder. Ele manifesta a sua dúvida se as tecnologias do tempo real poderão contribuir para melhorar a democracia. (Virilio, 1999, 17-39).

As vozes pessimistas em relação às tecnologias baixaram de tom com a publicação do *Ser Digital*, obra de Nicholas Negroponte. Trata-se de uma obra visionária que glorifica a era da informação e as suas tecnologias resumidas em *bit*. O autor defende que na era de informação, os meios de comunicação social ampliam a sua dimensão do alcance, criam novas formas de difusão e dão espaço a novos públicos, ou seja, uma era que democratiza e personaliza a informação. De acordo com o autor, a personalização de conteúdos resume-se no “eu” como o centro de atenção e deixa para trás a massa como um todo. (Negroponte, 1996:173-174).

Mosco (2005) associa-se a essas profecias tecnológicas, mas prefere abordar a questão do fim do conceito de tempo e de espaço, bem como o fim das lutas políticas. Para o autor, quando isto acontecer a comunicação será perfeita. Ele recua na história para descrever como é que cada etapa da revolução industrial criava mitos, que era sinais invisíveis da atual tecnologia de rede.

Apesar da temática tecnológica ser um novo campo de discussão, Cantavella (2005) sugere que as autoridades académicas, professores, alunos e profissionais que desejam contribuir para a discussão de assuntos tecnológicos discutam numa perspectiva de reforma mais profunda dos planos de estudo e orientá-los aos tempos.

Discursos como estes, feitos de teses e antíteses, abrem espaço para análises mais profundas sobre o fenómeno tecnológico e o seu impacto nas redações, sobretudo, nos seus aspetos sócio organizacional, profissional, técnico e processo de trabalho.

4.4.Jornalismo digital: rutura ou continuidade?

A questão de continuidade ou descontinuidade do modelo de jornalismo clássico para o jornalismo digital, de acordo com Listen (2010) tem sido assunto de bipolarização discursiva entre os teóricos do jornalismo. Para o autor retro citado, por um lado se posici-

onam os defensores da continuidade, ou seja, a inalteração de práticas jornalísticas e, por outro, estão os da descontinuidade que defendem a rutura do modelo e prática do jornalismo para um modelo baseado nas novas tecnologias. (Listen, 2010: 45-46).

A negação da continuidade do jornalismo na era digital é revelada em Alves (2006) quando advoga a ideia de “mediacídio”, uma metáfora usada para significar o fim de um modelo de media e início do outro.

O conceito de “mediacídio” cunhado por Alves (2006) faz parte do conjunto das teorias de descontinuidade do jornalismo. “Mediacídio” inclui a “morte” dos profissionais de comunicação que não se adaptam à nova realidade digital. Muitas vezes a inadaptabilidade é expressa por meio de resistência à mudança. Nisto, Cantavella (2005) descreve que existem comportamentos de resistência aos novos conhecimentos e novas práticas nas redações, onde os mais antigos menosprezam os conhecimentos dos mais novos. (Alves, 2006: 93).

A bipolarização e críticas mútuas entre os da continuidade e descontinuidade manifestada, por um lado, pela corrente que nega totalmente as mudanças no jornalismo quer na forma de produção de conteúdos noticiosos quer na estrutura organizacional e, por outro, pela defesa de um novo modelo de jornalismo autónomo com características próprias.

Não importam as divergências entre os autores da continuidade ou descontinuidade do jornalismo, o que importa é reflectir que algo está a transformar o jornalismo e que há uma urgência de compreender o fenómeno.

A percepção de Palácios (2003) sobre as mudanças no jornalismo é de negação categórica de Internet como o fator da rutura com o modelo antigo. De acordo com o autor, apenas está se criar um ambiente “de articulação complexa e dinâmica de diversos formatos jornalísticos em diversos suportes em “convivência” e (complementação) no espaço mediático...”.

A palavra “articulação complexa” empregue por Palacios (2003) não é muito esclarecedora, pois é vaga e demasiado genérica para quem pretende compreender o estado actual da relação entre o velho meio e o novo. Barbosa (s/d), na tentativa de explicação do conceito recorre ao conceito de “remediação” e explica o fenómeno de seguinte modo:

...Todas as inovações trazidas pelas novas mídias - cuja característica definidora é a matriz digital - não ocorrem de maneira divorciada em relação aos meios existentes. Ao contrário, as novas mídias “remediam”, isto é, melhoram seus predecessores, tanto o jornal, a revista, o rádio, o telefone, a arte, o vídeo, a fotografia, a comunicação face-a-face, os modos de publicar, assim como a experiência social e o espaço urbano. (Barbosa, s/d).

Na mesma senda de discussão, Bolter & Grusin (1999), os autores da expressão “remediação”, já tinham notado que entre os meios tradicionais e os novos não havia nenhuma relação contraditória, mas o modelo antigo se revestiam de alguns aspetos com matérias novas numa base tradicional.

Já Pinto (2004), com vista a obter a percepção dos profissionais portugueses sobre as mudanças no cenário mediático concluiu que o jornalismo digital constitui uma nova modalidade que impõe novos desafios. A referida modalidade não apresenta nenhuma rutura com a forma tradicional de trabalho, mas “ implica mudanças profundas no modo de praticar o jornalismo”. (Pinto, 2004: 12).

Rushkoff (1994) assume-se como um defensor otimista da descontinuidade de toda ordem social e institucional. Do seu ponto de vista, a pós-modernidade constitui o marco principal que criou a rutura com o passado e abriu espaço para novos tempos. O autor tem fé no poder das tecnologias no desenvolvimento.

Numa análise mais direcionada para o jornalismo, Bardoel (2002: 501-505) reconhece as múltiplas vantagens oferecidas pelas tecnologias aplicadas ao jornalismo digital como, por exemplo, a interatividade, a hipertextualidade, a multimedialidade e a sincronidade. No entender do autor, estes elementos irão redefinir a forma de fazer o jornalismo, em geral.

As mudanças estruturais no jornalismo são interpretadas no mesmo quadro do fenómeno de “Modernidade Líquida” de Bauman (2006), segundo o qual as instituições e sistemas sociais sólidos estão a entrar num ritmo acelerado de liquefação. E o jornalismo é uma dessas estruturas tradicionais em estado de diluição. Entende-se aqui a metáfora de “líquido” por mudanças que resultam da pressão dos fenómenos da modernidade.

No contexto de mudanças no jornalismo, Kling (apud Deuze, 2006:20-21) acha que existem duas correntes de pensamento: uma que defende a substituição, aquilo que ele

designa de *replacement* e a outra defende a novidade, *novelty*. Em outras palavras, trata-se de correntes de continuidade e descontinuidade do jornalismo, como o próprio autor clarifica no seu texto:

Sob uma perspectiva de substituição, um investigador pode questionar se a Internet (ou algum fenómeno *online* específico) vem substituir algum outro meio: o jornal irá desaparecer por causa da *World Wide Web*? Uma abordagem da novidade centra-se mais ou menos exclusivamente no que é novo em termos *online*, contrastando um *media* já existente (*offline*) com um meio análogo, mas *online*. (Deuze: 2006:19).

O mesmo autor volta a enfatizar que existe uma transição das “indústrias mediáticas *offline* para as indústrias criativas *online* ou integradas”. Neste contexto, o autor pretende transmitir a ideia de um processo migratório irreversível para uma plataforma autónoma e auto-sustentada. O conceito de “indústria integrada” empregue pelo autor invoca o processo híbrido entre o modelo de jornalismo analógico e o digital. (Deuze, 2006:15).

Vilches (2003: 43) já notava grandes mudanças nos meios de comunicação social causadas pela Internet. O autor afirma que “a era digital encontra a imprensa, o rádio e a televisão num estado de conservação muito diferente dos modelos clássicos, já que foram submetidos a contínuas migrações de formatos, géneros e práticas profissionais”. A afirmação do autor subteme que os meios tradicionais de comunicação não poderão continuar a manter a individualidade de suportes, géneros e formatos para rádio, imprensa e televisão, pois estes já estão sendo integrados em vastas zonas do jornalismo digital.

Ramón Salaverría, professor de Jornalismo da Universidade de Navarra, reconhece haver grandes mudanças que a profissão jornalística está a experimentar a vários níveis, por causa do impacto da tecnologia digital. O professor afiança que vários estudos focam “a evolução das práticas e valores profissionais dos jornalistas, os novos contextos e fluxos de trabalho, e até as novas formas narrativas da informação, mas a questão fundamental do autor são as mudanças que ocorrem no jornalismo.

Contrariamente, Mitchelstein & Boczkowski (2009) e Chris Paterson, este último, professor do Instituto de Estudos de Comunicação da Universidade de Leeds, a questão de mudanças no jornalismo é um facto. Os autores supracitados preocupam-se com o im-

pacto que este irá ter na produção de notícias. Por exemplo, As conclusões dos estudos de Chris Paterson apresentados no seu livro *Making Online News: the Ethnography of New Media Production*, que Chris Paterson editou com David Domingo, mostra que a euforia e retórica sobre o jornalismo digital têm muitos factores condicionados pelo jornalismo tradicional. Segundo os autores, as poucas diferenças em que o jornalismo digital apresenta, relativamente ao analógico, é a imediaticidade.

A tese de Patterson vem confirmar, mais uma vez, as ideias defendidas por Bolter & Grusin (1999), Fidalgo (2000), Pinto (2004) e Salaverría (2007), segundo as quais o actual modelo de jornalismo não é nada mais que a continuidade do modelo tradicional. Ibarra (2010) vai mais longe, nega a relação de causa/efeito entre a crise dos jornais e o surgimento do jornalismo digital. Para o autor, o que realmente está a provocar as transformações são as mudanças culturais dos usuários, dos cidadãos que querem estar mais informados de outra forma.

Ibarra (2010), ao abordar a questão da mudança cultural, referindo-se certamente a cultura da nova audiência criada pela Internet, ele pretende referir-se às transformações nas formas de apropriação de conhecimento proporcionadas pelas novas tecnologias.

McQuail (2003) percebe que há diferença entre os meios tradicionais de comunicação e os digitais. A sua preocupação centraliza-se apenas nas transformações que os meios digitais imprimem nos produtores de conteúdos noticiosos, precisamente os ciberjornalista e os seus editores.

A era digital dá uma larga facilidade de se tornar participante na produção de conteúdos. Para McQuail (2003) os editores mantêm o seu papel, mas o seu papel torna-se mais ambíguo quando os novos media “rasgam as formas alternativas de publicação e apresentam oportunidades e desafios aos editores tradicionais”, ou seja, a Internet oferece a possibilidade de se adaptar às novas tecnologias, mas isto não muda o seu papel de editor. (McQuail, 2003:121).

Mas não é tão certo que o papel do editor do jornal digital continuará o mesmo. O perfil e as funções do *gatekeepers* irão desaparecer ou serão partilhadas pelos vários produtores de conteúdos, neste caso pelos usuários.

Estudo levado acabo por Williams (2009) em 79 redacções dos jornais americanos, concluiu que o grosso número de jornalista anseiam uma rápida transformação do analógico para o digital. Dos 3.800 jornalistas entrevistados 50% afirmavam que a transição está sendo muito lenta. Assim, fica claro através deste estudo que a era digital é uma realidade desejada pelos profissionais de comunicação pelo valor acrescentado que oferece a nível profissional e de produção (Williams, 2009:3).

Fidler (1997) estuda as transformações dos media, na sua obra intitulada *Mediamorphosis: Understanding New Media* e argumenta que os novos medias não surgem do nada e de forma independentes, mas emergem gradualmente a partir das transformações dos velhos meios de comunicação.

Entende-se na sua obra que o jornalismo digital apropriou-se das características dos velhos media para encontrar, posteriormente, a sua própria identidade e sua linguagem face ao fenómeno da Internet. Para o autor, meios tradicionais não entram em descontinuidade, mas adaptam-se ao novo ambiente e reforçam-se cada vez mais com as potencialidades deste mesmo ambiente, neste caso a Internet.

Segundo Uribe (2006) e reforçado por Fidler (1997), os mesmos processos de mudanças dos media que moldam os novos media foram essencialmente os mesmos que moldaram no passado. Portanto, “a transição do analógico para o digital marca o surgimento de meios digitais que expandem as possibilidades dos meios analógicos tradicionais” e, como consequência, também o leitor sofre algumas transformações.

O aparecimento do novo leitor nos novos media, não só é uma questão de estudo de Presky (2001), mas associam-se a ele outros autores ligados a diversas áreas disciplinares: literatura, neurologia e media como, por exemplo, Senna (2001), Ribeiro (2006), Small & Vorgan (2008) e Schroder & Larsen (2010).

Em torno da questão de ruptura e continuidade no jornalismo, o estudo encontrou nas reflexões de McQuail (2003) e Deuze (2004) tendências de análise que sublinham as grandes mudanças no cenário mediático, ou seja, as modificações provocadas pelo jornalismo digital, nomeadamente nos seguintes aspectos: a) mudanças estruturais das redacções; b) processos produtivos; c) distribuição de conteúdos e; d) audiência.

Sendo o jornalismo digital é uma realidade que veio para ficar, existem muitos receios das empresas jornalísticas em avançar para o novo modelo de negócio. Entre as razões justificadas sobressai o receio da fraca rentabilidade que o novo meio comporta e a redução da audiência. (Salaverría, 2010: 242).

Outras razões de peso que impedem a adaptação das empresas jornalísticas para o digital relacionam-se com a falta de vontade de inovar. Quase que as publicações digitais de todo o mundo guardam uma certa resistência ao fenómeno de jornalismo. Salaverría (2010: 243-248) propõe dez medidas de adaptação das produções analógicas para o digital:

1. Apostar nas reportagens características do jornalismo digital,
2. Revisão dos conteúdos antes da publicação,
3. Completar a informação da última hora com conteúdos mais analítico,
4. Inovar os géneros jornalísticos e os formatos,
5. Quebrar os conflitos geracionais nas redações,
6. Integrar as redações e reforçar a área digital,
7. Entender as contribuições dos leitores como complementares,
8. Elaborar o livro de estilo para o jornalismo digital,
9. Definir pautas deontológicas específicas para o jornalismo digital,
10. Renovar o currículo de formação dos estudos do jornalismo nas universidades

Mas a euforia do jornalismo digital é exaltado por muitos autores como, por exemplo, Bertocchi (2006) que vê neste modelo o transformador dos géneros jornalísticos tradicionais como a seguir ela refere:

- O usuário é central no processo de comunicação;
- Os meios digitais vendem conteúdos e não os suportes;
- Linguagem do meio digital é multimidiática e não monomidiática;
- Os conteúdos são actualizáveis em tempo real;
- Há espaço para abundância de dados;
- Desaparece a figura de *gatekeeper*;
- A comunicação dá-se de muitos para um ou de muitos para muitos;
- O meio digital dá a capacidade do usuário mudar o aspecto de conteúdo, produzir conteúdos e se comunicar com outros usuários (interactividade);

- A gramática de comunicação é o hipertexto;
- A missão dos meios digitais é dar informação sobre informação (meta-informação).

Com base nos elementos transformadores dos géneros jornalísticos acima indicados são criadas as bases para o debate sobre o jornalismo digital e reflexão em torno dos avanços e peripécias que o mesmo vem sofrendo desde meados dos anos 90, sobretudo os impactos que tem vindo a provocar na vida social, política, profissional, produção e distribuição de conteúdos, bem como da arquitetura dos conteúdos dentro da plataforma de distribuição.

No que diz respeito a outra dimensão transversal da descontinuidade, McQuail (2003) aponta para a questão das audiências. Ele descobriu a génese da audiência no público do teatro, nos espectáculos musicais, nos jogos e espectáculos dos tempos clássicos. O autor, ao tratar da história das audiências associa-as a presença física de uma moldura humana anónima congregada num determinado espaço geográfico com características específicas, tais como: organização, público, conteúdos lúdicos ou religiosos, voluntariedade dos participantes, especialização dos autores e espectadores e a localização física. (McQuail, 2003: 364-365).

McQuail (2003: 122) descobriu os primeiros sinais de rutura quando a audiência assumiu um outro comportamento na era digital. O autor torna-se categórico ao afirmar que “existe fortes possibilidades de mudança em especial na direção de uma maior autonomia e igualdade em relação às fontes e fornecedores”. Trata-se, do ponto de vista do autor, de uma mudança do papel e de funções da audiência, antes passiva, para uma audiência participativa. Mas apesar da redefinição e caracterização da audiência existem sinais de continuidade da “audiência de massas” devido ao seu grau de iliteracia.

A tipologia de audiência configurada a partir das tecnologias digitais “ está próxima da ideia de “ audiência de massas”, caracterizada pela sua dispersão e heterogeneidade. (McQuail, 2003:378).

Cavallini (2009) associa a digitalização à mudança do comportamento de consumidor de e, conseqüentemente, a sua fragmentação e dispersão. Dai então, ele sugere que é preci-

so assumir uma outra postura para analisar como é que a nova audiência se comporta ou reage aos conteúdos dos novos processos de comunicação mediados pelo computador.

Ruótolo (s/d) afirma que o estudo da audiência não é apenas a medição do seu tamanho ou composição, “mas as respostas que os indivíduos dão aos conteúdos da comunicação”. Tais respostas, do ponto de vista do autor, são difíceis de analisar porque ocorrem de forma individual ou isoladas de cada membro da audiência, mas são o fator determinante para o desenvolvimento de produtos digitais.

De acordo com Martinez (2003) para se referir ao novo leitor envolvido em multitarefas: telespectador, cibernauta, navegador da Internet, sempre presente em redes sociais da Internet, apaixonado pelos vídeo jogos, o autor dá o nome de usuário. Ele afirma ainda que graças à convergência mediática, o usuário pode ser, simultaneamente, leitor, ouvinte e espectador. É o próprio usuário que decide qualquer que seja a sua participação no novo meio digital de comunicação.

As características do usuário, com origem na Internet, são de inconformidade com a passividade no processo comunicativo. Ele reivindica uma oportunidade de participar ativamente no processo de produção de conteúdos e de um espaço de diálogo quer com o próprio meio quer com os outros usuários. Ainda mais, ele pretende ser um recetor passivo e converte-se no usuário que precisa de informação personalizada, de acordo com o seu interesse.

De acordo com Senna (2001), o novo sujeito que nasceu ou desenvolveu-se dentro das tecnologias de comunicação começou a sofrer mudanças substantivas ao longo da segunda metade do século passado. Estas transformações resultam do desenvolvimento de novos recursos tecnológicos e que, consequentemente tiveram impacto sobre os media. Os novos meios de comunicação, que o autor apelida de “mídias de comunicação pós-imprensa”, foram apropriados por usuários e transforma-os em seu espaço público de comunicação.

O leitor contemporâneo, na sua maioria jovens, desde pré-adolescência até a adolescência, usa os media em conjugação com várias tecnologias para se comunicar e para aprendizagem na sala de aula. O autor, esclarece que o novo leitor não só nasce do ambiente digital, ele é acima de tudo um consumidor que raciocina e se comporta de acor-

do com os recursos oferecidos pela época em que vive. Ele procura a melhor forma de satisfazer suas necessidades, avaliando as vantagens que as diferentes empresas oferecem para só então cumprir o seu papel na sociedade. (Alvermann, 2004: 78).

Ao comparar com o leitor tradicional, Senna (2001) escreve o seguinte:

O leitor clássico é um sujeito passivo, ainda que dele se exija a capacidade de estabelecer relações de causalidade, tanto entre as partes do texto, quanto entre os juízos contidos no texto e outros de juízos de mundo. Sua passividade resume-se no fato de que não pode intervir no próprio texto, devendo submeter-se a sua estrutura, à medida que esta está irrecorrigivelmente agregada a uma sequência causal, determinada internamente, desde o início até o fim. (Senna, 2001:s/p).

Esses novos perfis do usuário derivam das características próprias da Internet, a interatividade. Pela sua natureza dinâmica, a interatividade modifica a clássica relação emissor/recetor, guiada pelo papel ativo do emissor. Na interatividade, o recetor reivindica, em simultâneo, o papel de emissor e recetor de mensagens e passa a decidir qualquer que seja a sua participação no meio digital porque a interatividade permite o fluxo de comunicação repartido por todos os usuários. (Martinez, 2003: 279-280).

À luz do pensamento de Martinez (2003), o modelo de comunicação tradicional considerava o recetor uma massa anónima passível de qualquer manipulação, nos moldes da velha teoria de causa-efeito. Mas hoje, graças a interatividade criada pelas tecnologias dialógicas, o indivíduo perde o seu mutismo e assume o papel ativo no processo de comunicação.

A pergunta que se coloca atualmente é: como identificar o novo usuário das tecnologias de comunicação e informação, dada a sua mobilidade constante? Alves (2008: 606) acha que a resposta para a pergunta pode ser útil para o estudo de audiência e do mercado dos produtos digitais. O autor lança quatro campos de estudos importantes a ter em conta para a identificação do perfil dos utilizadores da internet:

- a) **Características sociodemográficas**- ou seja a idade, sexo, escolaridade, indicador socioprofissional, etc.;
- b) **Práticas na Internet**- isto é, uso de internet para estudos, trabalho, serviço, pesquisa de informação, comunicação ou lazer;
- c) **Contexto de utilização**- tem a ver com o tipo de uso ou doméstico, escolar, laboral ou outro;

d) **Frequência de utilização**- ou seja, se usa diariamente ou esporadicamente;

e) **Gama de motivação dos utilizadores** (profissional, informacional, lúdica ou outras), (Alves, 2008: 606).

Estes campos de estudo, do ponto de vista de marketing, são descrições psicográficas do novo usuário. Jenkins (2009) propõe um trabalho mais aprofundado, que começa por identificar os seus comportamentos, que se manifestam através de participação cultural, menos barreiras de comunicação, maior liberdade de expressão, maior engajamento civil, forte apoio para criação e partilha de informação.

De acordo com Jenkins (2009), a sua forma de participação cultural se expressa de seguintes formas: filiação formal ou informal a uma comunidade através de várias formas de redes Sociais da Internet; resolução de problemas colaborativos através de trabalhos de equipas para completar tarefas ou para desenvolver novos conhecimentos e; circulação de informação através de ferramentas proporcionadas pelas tecnologias sociais.

Se existe o receio do jornalismo clássico entrar na era digital, Vivar & Arruti (2001) asseguram que este novo meio oferece maior oportunidade de fluxo de novas audiências no ciberespaço e, consequentemente maiores oportunidades de negócio e esclarecem de seguinte modo:

Para conocer la audiencia del mañana, no hay más que observar a las personas que hoy día se desenvuelven por el ciberespacio. El comportamiento de los millones de internautas que navegan por el mundo digital es el único referente a la audiencia de la información en el futuro. (Vivar & Arruti, 2001: 149).

Uma vez esclarecido o assunto, cabe aos novos media empreender esforços de descobrir as suas audiências e utilizar as ferramentas necessárias para a sua fidelização e satisfação das suas necessidades. Porque o comportamento da nova audiência é bastante exigente quanto à qualidade de conteúdos e de envolvimento no processo de produção. (Sousa, 2006).

Spa (2001: 139-140) levanta outro problema de declínio da leitura, associado a fuga do leitor clássico para o ambiente digital. O autor associa a crise de leitura ao surgimento da televisão e da Internet. Para o autor, a Internet e a televisão são os fatores principais da degeneração da leitura, sobretudo, a substituição da palavra por imagem.

A reflexão de Spa (2001) induz-nos a pensar que os usuários da Internet são leitores fracassados, que encontram nas imagens a fórmula de acesso à informação e do alcance de conhecimento de forma relaxada. Mas Rushkoff (1994), Prensky (2001) e Small & Vorgan (2008), Jenkins (2009) respondem ao problema levantado por Spa (2001) apresentam os conceitos de “Nativos Digitais e os Imigrantes Digitais”, mas Rushkoff (1994) designa-os de *Screenagers*, ou seja, aquele que vive na tela.

Na percepção dos autores acima citados, o novo leitor não é nenhum fracassado de leitura como assim parece, mas são pessoas que devem ser entendidos como indivíduos que nasceram e se desenvolveram numa cultura mediada por tela, seja ela da televisão ou de computador.

Rushkoff (1994), Prensky (2001) e Small & Vorgan (2008) são unânimes em afirmar que existe uma descontinuidade muito grande entre a geração passada e atual, devido à difusão da tecnologia digital nos finais do século XX. Small & Vorgan (2008), autores da obra intitulada *El Cerebro Digital* afirmam que os “nativos digitais” possuem a estrutura e o funcionamento cerebral mais desenvolvida para capturar e interpretar a informação, devido à exposição contínua as telas das novas tecnologias.

Small & Vorgan (2008) reconhecem as habilidades desenvolvidas pelos “nativos digitais” para as múltiplas tarefas. Os autores alertam que a demasiada exposição ao ecrã pelos “nativos digitais” pode causar efeitos negativos sobre o seu cérebro e as suas relações sociais. Para estes autores, isto não significa não usar os recursos digitais disponíveis, mas é preciso preservar a saúde mental. Para tal, os autores propõem uma moderação no usos das tecnologias para reduzir a dependência e exercício para recuperar as habilidades de comunicação interpessoal e evitar a “fadiga tecnológica”. (Small & Vorgan, 2008:15-38).

Para Rushkoff (1994) designa as novas audiência de *Screenagers*, que representam o futuro evolutivo do leitor de imprensa em papel. De acordo com o autor, ele adapta-se com facilidade nesta era de pós-modernidade e cria a sua personalidade no ambiente digital

Os “nativos digitais” são o produto das novas tecnologias. Eles são moldados pelos media digitais onde passam a maior parte do seu tempo a utilizar o computador, a jogar,

aceder à Internet, enviar e-mails, a ouvir música digital, a utilizar o telemóvel e a ver televisão, ou seja, a tecnologia faz parte do seu quotidiano. Contrariamente, os Imigrantes Digitais, são pessoas que não nasceram na época digital, mas apenas se habituem e se adaptam a ela. Prensky salienta a importância das discrepâncias existentes entre os Imigrantes Digitais e os Nativos Digitais. (Prensky, 2001).

As tecnologias reconfiguram o antigo leitor de jornais dando-lhe novas modalidades de participação cultural, que trazem novas literacias, que conferem novas habilidades sociais, colaboração, redes de colaboração, pesquisas, análises, críticas, etc. As novas habilidades incluem jogos, como forma de resolver problemas; performance; habilidade para adotar identidades alternativas, com vista a improvisação e descoberta; simulação; habilidades para interpretação e construção de modelos de dinâmica do mundo real; apropriação, habilidade para dominar as ferramentas de comunicação e produção de conteúdos; multitarefas, habilidades para abstrair tarefas; distribuição das capacidades; Inteligência coletiva; análise dos factos; navegação transmedia, ou seja, a capacidade de seguir o fluxo das histórias e informação em múltiplas modalidades; redes, capacidade de sintetizar e disseminar informação e; negociação, ou seja, a capacidade de poder navegar em diversas comunidades respeitando muitas alternativas e normas. (Jenkins, 2009:4).

Se o mesmo fenómeno de diferença de gerações Nativos Digitais e Imigrantes Digitais é um facto do mundo tecnologizado, então o que acontece com os países periféricos em vias de desenvolvimento? Como por exemplo Moçambique. Poucos estudos têm sido realizados em torno desta matéria.

Dos poucos estudos que têm sido realizadas, Vilches (2003) vaticina que haverá o efeito de contaminação dos países do Norte aos do Sul, aquilo que ele designa de “transformação que implica a perda de territorialidade de origem e pela emergência de novas instâncias de mediação na cultura, na educação, nos serviços e no consumo”.

No fundo, a análise de Vilches (2003) volta a tocar na velha questão da Nova Ordem Mundial de Comunicação e Informação (NOMIC), que condena o fluxo de informação unilateral dos países ricos para os pobres. As transferências de tecnologias dos países ricos para os pobres, sem nenhuma inculturação, irão provocar as perdas de identidades culturais.

De acordo com Vilches (2003), existe diferença de oportunidades entre os países do Norte e os do Sul, em termos de riqueza. Para o autor esta diferença pode ser encarada como preocupação imediata e fator de diferenciação no processo de desenvolvimento económico, político e social.

A reflexão de Vilches (2003) não é completa. O autor se esquece que o fosso digital existe nas nações, regiões, localidades, comunidades, etc. O futuro da sociedade digital depende, em grande parte, das medidas de equilíbrio culturais, das políticas públicas, da economia, do mercado e do grau de alfabetização do cidadão. Seja como for, fica claro neste debate que a Internet trouxe uma nova audiência com natureza e características próprias. Além disso, a análise permite concluir que a nova audiência encontra na Internet novas gratificações que os meios tradicionais não proporcionavam: interação, redes de contacto, entretenimento, partilha de informação, comentários, debate, etc.

Em síntese, a questão da rutura e continuidade invocada neste quadro de ideias apontam para um jornalismo em transformação, tal como advogam Fidler (1997), Deuze (2004) e Salaverría (2010). Essas mudanças irão afetar conseqüentemente a relação entre o leitor e os jornalistas, graças à mediação das tecnologias. Neste contexto, surge um leitor mais dinâmico e ativo no processo de comunicação, exemplo disso são os nativos digitais mencionados por Presnky (2001) e Small & Vorgan (2008).

Da forma como o jornalismo se transforma para um novo cenário mediado pelas tecnologias vislumbra-se duas coisas no horizonte próximo: atração de uma nova audiência constituída na sua maioria por jovens pró-ativos e aproximação à velha audiência passiva.

Os novos media criam condições favoráveis, não só de aproximação às audiências, mas de uma possibilidade de inculturação em contextos sociais, culturais e linguísticas diversas, que para os media clássicos eram inalcançáveis.

4.5. Mudanças sócio organizacionais das empresas jornalísticas

Tal como acontece nas outras organizações empresariais, a mudança das empresas jornalísticas também resulta da combinação de vários factores, designadamente: insatisfação pelo estado atual, alteração impulsionada pelos factores externos ou ainda por necessidade planeada de mudança face à mudança do mercado e aos fatores tecnológicos.

Na perspectiva geral de Rodrigues (1998) e Canelas (2011) os fatores externos estão associados à crescente globalização dos sistemas e modelos organizacionais, às tecnologias, ao novo perfil profissional, às mutações sociais, exemplos comuns que impõe mudanças a partir do exterior. Rodrigues (1998) sublinha que existem também fatores internos que ditam as mudanças, sobretudo os elementos que emperram o bom funcionamento organizacional. Subentende-se por elementos internos, por exemplo, a lentidão dos equipamentos de produção, mão de obra sem qualificação e a falta de visão.

O certo é que as mudanças poderão ter duas proveniências: do exterior, quando se trata de fenómeno que pode afectar uma organização ou do interior quando se trata de questão de planificação. (Rodrigues, 1998: 31).

Na questão de mudança planificada, ou seja, proveniente da variável interna, muito além de mudanças a introduzir, há que considerar as consequências directas destas na estrutura da organização, particularmente, no perfil profissional, nos processos de trabalhos, nas relações sociais, etc. (Rodrigues, 1998: 32).

Quanto à complexidade do fenómeno de mudança organizacional, Rodrigues (1998:32). Sugere o uso de três modelos de análise, desenvolvido por Kurt Lewin, o de descongelamento, de mudança e de recongelamento, representados pela tabela que se segue:

Quadro nº5: Modelo teórico de mudança organizacional

| Fase | Ênfase | Implicações | A superar |
|------------------------|--|--|--------------------|
| Descongelamento | Criação de motivação para a mudança | Diminuição das forças de valores e dos comportamentos vigentes | Resistência |
| Mudança | Introdução de Novos valores e comportamentos | Novas fontes de informação e reestruturação cognitiva | Falta de motivação |
| Congelamento | Estabilização das mudanças | Consolidação emocional e cognitiva | Tempo variável |

Fonte: Rodrigues (1998)

Esta lógica de mudança é bastante flexível. Ela transmite a ideia de mudança de modelo, de processo, da tecnologia e do próprio capital humano para um modelo marcado pela informação e trabalho qualificado.

O raciocínio de Rodrigues (1998) pressupõe que as mudanças organizacionais devem ter como o centro gravitacional o potencial humano como fator de competitividade, porque este contribui para desenvolver práticas processuais flexíveis e ativos, enquanto o de foco tecnológico depende da ação humana. Por isso, as organizações devem apostar no perfil humano flexível as mudanças sócio organizacionais, porque não bastam as tecnologias, também é essencial ter uma equipa de pessoas qualificadas que respondem às mudanças organizacionais.

Partindo da análise de Rodrigues (1998), as mudanças provocadas pela introdução de novos valores e comportamentos dão à luz explicativa as mudanças que ocorrem no jornalismo. Nel (2012) explica que a Internet é o fator principal das mudanças no jornalismo, porque o aparecimento da Internet desviou a atenção dos usuários e mudou totalmente o modelo de negócio.

A partir desta reflexão em torno de mudanças sócio organizacional pode-se extrapolar ideias para analisar os fatores que provocam mudanças nas organizações jornalísticas. Fatores que estão a mudar as organizações jornalísticas para novos processos de trabalho e de produção de conteúdos.

Do ponto de vista geral, as mudanças nas organizações jornalísticas ocorrem devido ao desenvolvimento das tecnologias de comunicação, que iniciam na primeira metade do século XIX, no período da expansão do capitalismo no mundo, (Baldessar, 2003: 49). Mas a presença do computador nas redações começou com a profissionalização das empresas de jornalísticas, associado a necessidade de fazer face ao novo século dominado pelo crescimento dos jornais, ampliação do mercado e pela velocidade da informação. Essas mudanças, de acordo com Gates (1995: 143-145) torna as organizações mais competitivas e destacáveis em relação aos seus concorrentes.

Há sinais evidentes de mudanças nas redações, por exemplo, a proliferação de terminais de base de dados, aparelhos de *fax*, videocassetes e outros dispositivos computadorizados. Muitas destas máquinas estão sendo substituídas por versões mais avançadas. Nos níveis executivos das empresas jornalísticas, as tecnologias estão a forçar os gestores a adotarem novas formas de negócio de que resultarão fusões, alianças, aquisições, etc. (Dizard Jr, 2000: 20).

Pela certeza dos factos, o jornalismo digital está a operar grandes mudanças nas redações, desde a receção da informação passando pela audiência, fato que difere totalmente da forma como se consome a informação na imprensa tradicional. Trench e Quinn (2003) escrevem a este respeito nos seguintes modos:

The information ecology within which news is produced and consumed online is substantially different from that in print and broadcasting and it continues to change within the new media. Many of the sources used in journalism are themselves active as direct publishers. Many individuals within the publics addressed by journalism are active as information-seekers, some too as information-providers. The ‘audience’ may have access to the source material used in generating the news reports published in newspapers, magazines, and broadcast on television and radio. (Trench e Quinn, 2003: 3).

Face à revolução do digital nas redações os jornais devem reinventar-se na era de comunicação em rede. A este respeito, Espanha *et al* (2009) escrevem o seguinte:

Na nova era a chave para o sucesso das empresas do sector estará em saber tornar em oportunidades as ameaças que emanam deste novo contexto, aproveitando as possibilidades decorrentes das novas tecnologias de informação e comunicação para dotar o seu “produto” de maior qualidade, de forma a atrair cada vez mais os leitores”. (Espanha, *et al*, 2009: 202).

O impacto do jornalismo digital nas redações não deve ser visto apenas como o fenómeno que trouxe mudanças no processo de trabalho, mas existem outros impactos transversais, particularmente as funções específicas dos profissionais de comunicação como a recolha de informação, processamento e difusão.

De acordo com Reddick e King (2001), ao comparar entre a televisão e o jornalismo digital afirma que o funcionamento da televisão é da economia do espaço e tempo, enquanto a Internet funciona com espaços ilimitados e com a capacidade de combinar os elementos visuais, textuais e som. O autor conclui que o impacto da internet sobre o jornalismo é muito mais forte do que o impacto da televisão. A internet promete ser um meio de recriação do jornalismo como uma área de novas oportunidades de negócio bem como de atração de novas audiências. (Reddick & King, 2001: 239- 246).

O mesmo impacto da Internet é percebido por Torres (2004), Singer (2006), Gomes (2009) e Franco (2009a) na perspectiva de processo de trabalho nas redações. Segundo os

autores, a presença da Internet nas redações oferece uma “multiplicidade de conteúdos e ferramentas que contribuem decisivamente para a concretização de tarefas e rotinas inerentes à prática jornalística”, além de economizar o tempo e elevar o ritmo produtivo nas redações. Mas Franco (2009a), além de perceber os benefícios da Internet nas redações afirma que é o fator de duas grandes mudanças: na dinâmica de construção de notícias ou informação e no exercício profissional. (Gomes, 2009: 58, Torres, 2004:34, e Franco, 2009 a: 23).

Singer (2006) num estudo exploratório de avaliação das funções do editor do jornal na Era do jornalismo digital, a autor chegou a conclusão que a figura do editor de jornais deve ser redefinida no seu papel de *gatekeeper*. A redefinição deve contemplar aspecto relativos aos novos conhecimentos e às habilidades baseadas no uso da Internet como ferramenta de produção de conteúdos para Internet. (Singer, 2006: 275-276).

Com base no exposto, fica claro que a migração dos jornais do analógico para digital irá dar uma nova roupagem ao jornal tradicional, facilitando, de certa forma a celeridade na publicação de notícias e maior aproximação ao leitor.

De acordo com Esteruelas (2010: 33), nas últimas décadas, a Internet está a transformar o mercado para as empresas de comunicação. A tendência deve-se ao aumento do número de usuários que consomem os produtos informativos da Internet e ao volume de negócio que este sector gera. Apesar de o autor apresentar uma visão do modelo de negócio do futuro para a indústria de comunicação, muitas redações ainda ignoram as potencialidades do negócio do novo meio.

De acordo com Steensen (2009), se a Internet está a provocar mudanças significativas nos processos de trabalho nas redações e no perfil do jornalista, existem três dimensões de inovações provocadas pela presença da Internet nas redações: individual, estrutural e interactiva. A dimensão individual focaliza-se no indivíduo como a força motora das iniciativas e processos de inovação, a dimensão estrutural coloca ênfase nas características estruturais internas ou externas como fatores determinantes de inovação e, por último, a dimensão interactiva faz a ligação entre a primeira e a segunda e explica a inovação como sendo factor provocado pela influência estrutural e ação individual.

Nesta abordagem importa focalizar o estudo na dimensão estrutural da inovação, em termos de autonomia de produção de conteúdos e da nova cultura organizacional criada pela presença da Internet nas redacções. As outras dimensões são tratadas de forma separadas noutras secções desta tese.

Esteruelas (2010:34) estudou o fenómeno de erupção de empresas nativas do digital. A autora afirma que essas empresas jornalísticas fundadas no contexto digital apresentam características diferentes das empresas tradicionais de comunicação, pois elas além de possuírem os elementos dos congéneres tradicionais agregam novos valores organizacionais típicas do meio digital. De acordo com a autora supracitada, as empresas com origem digital classificam-se de seguinte modo: i) empresas jornalísticas *on e off line* ii) empresas jornalísticas que se dedicam exclusivamente ao meio digital e, iii) Portais e buscadores. Cada uma destas organizações apresenta uma diferença no seu modelo organizacional. (Esteruelas, 2010).

O avanço das tecnologias digitais nas redacções tradicionais e a consequente convergência dos meios de difusão concentram uma multiplicidade de tarefas para os jornalistas, que por inerência das tarefas elaboram conteúdos para múltiplos meios: imprensa, rádio, televisão Internet e outras plataformas de distribuição de conteúdos. Então, de que modo o prático jornalístico está a mudar o processo de trabalho e o perfil dos jornalistas nas redacções?

Vários meios de comunicação estão a desenvolver o processo de convergência. Entende-se por convergência a fusão dos serviços de comunicações móveis e fixas, telecomunicações e informática. (Avilés et al (2009). As consequências dessas fusões na área do jornalismo resultam na integração, num único suporte ou tecnologias sonoras, audiovisuais e a Internet. (Avilés et al, 2009:175).

O melhor esclarecimento sobre o conceito de convergência é feito por Jenkins (2001). O autor faz uma clara distinção das convergências: **convergência tecnológica**- quando as palavras, imagem e som, são transformados em informação digital e expande o potencial das relações entre eles; **convergência económica**-tem a ver com a reestruturação da produção cultural em volta das sinergias, ou seja, a fusão das indústrias culturais para uma exploração transmedia; **convergência social ou orgânica** – que é o processo que ocorre dentro ou fora do “crânio” do consumidor que se manifesta por multitarefas do

consumidor como estar, em simultâneo, a ver televisão, mandar mensagens na Internet, atender chamadas telefónicas, escutar a música; **convergência cultural**- tem a ver com a explosão de novas formas de criatividade e a intersecção de várias tecnologias dos média, indústrias e consumidores, etc.; e a **convergência global**- aquela que resulta do hibridismo cultural, que dá origem a circulação internacional de conteúdo dos media. (Jenkins, 2001: 93).

Do ponto de vista empresarial, os benefícios da convergência vão muito além de ofertas de oportunidade de novas oportunidades de negócio como também adapta-se às exigências das necessidades dos usuários. Trata-se de melhoramento da qualidade de produtos e serviços, redução dos custos de produção, rentabilização da produção, etc. Ainda mais, a convergência é uma decisão corporativa, porque afeta várias unidades de negócio da empresa, desde organização, marketing, distribuição e gestão do pessoal. (Avilés *et al*, 2009).

Mas no caso concreto do jornalismo, o fenómeno de convergência é discutido por Rost & Bergero (2012). Para estes autores, as crises que afetam as empresas jornalísticas ocidentais estão a criar uma nova forma de negocia que busca convergir diferentes tipos de meios “*guiados por um único controle central, para concentrar una producción informativa de calidad y adaptada a las exigencias de estas audiencias participativas*”. (Rost & Bergero, 2012:10).

Analisada a questão das tendências das empresas jornalística nestes moldes, fica claro que é possível uma concentração da rádio, televisão e jornais numa única plataforma de comunicação, onde se pode ler jornais, escutar a rádio, ver televisão e aceder documentos de arquivos, num único dispositivo.

Na sequência das ideias acima explanadas, Cerezo (2009) afirma que no estudo realizado pela empresa de consultoria *PriceWatherhouseCooper*, em 2009, intitulado *Moving into multiple business*, revela que o negócio com meios digitais tem vindo a crescer de 3% a 20% no contexto americano. Nos últimos tempos, segundo o autor, algumas empresas de comunicação tradicionais estão a orientar as suas estratégias de negócio migrando totalmente para o ambiente digital e fechando as suas edições de papel. O autor clarifica que a situação não é igual em todos os países, pois isto só acontece nos países

com alto grau de massificação das tecnologias, alto nível de literacia digital dos cidadãos e facilidade de acesso à informação.

Abordando especificamente as empresas jornalísticas presentes no ambiente digital, Palacio & Noci (2007) distinguem três grandes áreas que representam as funções de uma organização de natureza digital, que estabelecem relações entre os conteúdos gerados por jornalistas e usuários:

- a) **Organização de produção**- desempenha as funções de produção de conteúdos. Classificar e organizá-los dentro da base de dados. Esta função compreende o sistema de categorização, colocação cronológica, delimitação da posição gráfica dos elementos do *front* e as janelas relacionais que permitem ligar um elemento ao infinito número de elementos:
- **Organização da distribuição** – corresponde ao desenho de estrutura de disponibilização de conteúdos para os usuários seguinte e tipifica os conteúdos em títulos, cores, fotos, vídeos, etc.
- **Organização de participação**- desenha estrutura para recolher a interação dos usuários com o produto ou a interação entre usuários, personaliza a distribuição para os usuários de acordo com o uso e consumo.

De acordo com as ideias acima expostas fica claro que as novas formas de produção, de distribuição e de participação, não só reproduzem os processos clássicos das práticas jornalísticas como reconfiguram as práticas de produção de conteúdos incorporando um modelo baseado na colaboração de uma equipa mais alargada, incluindo o usuário no papel principal. Assim, o editor, o repórter e os usuários desenvolvem uma cultura de liderança baseada nos princípios de democratização de informação.

As estruturas das redações clássicas estão em processo de transformação, graças às novas tecnologias. Aos poucos, as redações começam a incorporar novas formas de organizações e de processos de trabalho com origem inteiramente na Internet. Para Corrêa (2005) essas mudanças não são apenas dos aspetos tecnológicos, mas “pela mudança social que as tecnologias aportaram para as ações de informar e comunicar. (Corrêa, 2005:100).

Ribeiro & Vivar (2011) relatam que as redações dos jornais, das rádios e das televisões conheceram uma grande revolução, de tal modo que já exploram plenamente as potencialidades da Internet, desde o processo produtivo até a distribuição de conteúdos.

A convergência das redações é um processo novo nos órgãos de comunicação social. Ribeiro & Vivar (2011) afirmam que existem três níveis diferentes de convergência de jornalismo ou das redações: i) aproveitamento das notícias geradas por uma redação em outras plataformas de difusão mantidas pelo mesmo grupo, ii) Criação de uma única redação integrada, cooperação competitiva, iii) cobertura jornalística coordenada e compartilhada de informações. Mas a integração estrutural das redações, jornais impressos, jornais digitais, canais de televisão e rádio geram uma grande quantidade de conteúdos na Internet. (Ribeiro & Vivar, 2011).

Esteruelas (2010) estudou e classificou a complexidade das empresas jornalísticas com origem na Internet. De acordo com a pesquisadora há uma massificação de redações que concorrem com as empresas tradicionais com o mesmo modelo de produção. Mas segundo a autora, a razão da sua aparição e massificação neste mercado justifica-se pelo facto de haver poucas barreiras operacionais e reduzido custo de produção.

Esteruelas (2010, 34-35) relata que os agentes de mercado forem pessoas físicas ou jurídicas que intervêm nas transações económicas, e no caso concreto da informação jornalística da Internet, então, observa-se o aparecimento de três tipos de operadores económicos da informação: a) empresas de comunicação, b) os consumidores-produtores e, c) os usuários.

Para o primeiro caso, existem três tipos de organizações empresariais diferenciadas: i) organizações empresariais *on* e *off line*, ii) empresas jornalísticas que se dedicam exclusivamente ao meio digital, e iii) os portais ou os buscadores. Em termos estruturais cada uma das organizações apresenta diferenças substanciais nos seus modelos de organização empresarial. (Esteruelas, 2010).

A nova tipologia de empresa, nativa do ambiente digital, é idêntica ao resto de empresas de comunicação. Esta, além de obter vantagens económicas, segue o mesmo fim do tradicional, o de produzir, distribuir, informar, entreter e persuadir. (Esteruelas, 2010).

As empresas jornalísticas nativas do digital apresentam características específicas que as diferenciam das empresas de natureza analógica. Estas diferenças resultam das potencialidades que o meio digital apresenta (Esteruelas:2010). As empresas de comunicação nativas do digital apresentam uma configuração jurídica independente relativamente às empresas *off line*. Além disso, apresentam diferenças em termos de processo de produção, organização e modelo de gestão, estrutura de negócio e exploração. (Esteruelas, 2010).

Apesar de haver diferenças em termos operacionais, elas surgiram como extensão das empresas tradicionais, nasceram no seio das redações analógicas e partilham com elas os recursos, meios técnicos e humanos, mas quando alcançam uma certa maturidade tornam-se independentes e passam a funcionar como empresas diferenciadas e unidades de negócios separadas. (Esteruelas, 2010).

Uma vez clarificados os modelos estruturais de empresas jornalísticas, assim o objeto de estudo se circunscreve as empresas jornalísticas digitais e analógicas, que corresponde as empresas de comunicação tradicionais que exploram o meio digital para distribuição dos seus conteúdos, ou seja, adotam o ambiente digital como nova área de negócio.

Avilés *et al* (2009: 177) descreve que a solução encontrada para a integração de redações, em vários países foi a “transladação” de conteúdos de um meio para outro e a produção de conteúdos em paralelo para duas plataformas. Esta forma híbrida de produção, os jornalistas se esforçam em adquirir habilidades adaptativas para cada meio, como por exemplo captam, tratar e distribuir os textos noticiosos de acordo com as regras exigidas para cada plataforma de comunicação, que inclui não só a Internet mas também para telemóveis, PDA¹², *ipod*, *smartphones* e *ipad*. Desta maneira, as redações principais funcionam para abastecer de conteúdos aos outros meios.

Em termos estruturais, a convergência das redações implica uma disposição arquitetónica circular, onde as seções se situam a volta do círculo central, o chamado “torre de poder” com a mesa de editores chefes. Na Áustria, segundo Avilés *et al*. (2009), o conceito circular foi criado para integrar os jornalistas da imprensa e da Internet em cada secção, mas a ideia não funcionou. Atualmente uns 15 redatores digitais situam-se em

¹² Em português significa , Assistente Pessoal Digital. É um computador de dimensões reduzidas (cerca de A6), dotado de grande capacidade computacional, cumprindo as funções de agenda e sistema informático de escritório elementar, com possibilidade de interconexão com um computador pessoal e uma rede informática sem fios.

uma única seção própria. Cada um deles controla uma tela onde observam a elaboração das páginas do impresso, mas cada suporte é autónomo e organiza-se separadamente. (Avilés *et al*, 2009:180).

No entender de Bradshaw (2011), a mudança estrutural da redação trata de reinvenção do modelo antigo, em termos de processo de trabalho e de produção de conteúdos. Para o século XXI, o modelo de distribuição de conteúdos traz algumas novidades como a introdução dos aplicativos (*app*). Portanto, trata-se de uma distribuição orientada para resultados sofisticados.

O modelo de redacções integradas é o melhor e oferece muitas vantagens como, por exemplo, redução de custos operacionais, pequenas equipas de profissionais polivalentes, redução de custos de manutenção e mais. Mas este conceito tem implicações na reengenharia social das organizações e das consequências sócio laborais que isto acarreta. Uma das consequências é o conflito geracional entre “velha guarda” e a nova geração proveniente das faculdades. O conflito de interesse entre gerações pode provocar demissões e a substituição de alguns postos de trabalho por outros. Mas para evitá-los é fundamental que todos os jornalistas partilhem a nova cultura e se adaptem aos novos processos de trabalho.

Acredita-se que a pressão de trabalho numa redação integrada seja maior em relação ao modelo tradicional. A pressa de actualização constante obriga a um verdadeiro esforço de permanência contínua na redação ou fora dela, respondendo às demandas dos usuários.

Outra leitura permite deduzir que a Era digital exige um modelo de redação convergente que agrupe canais de televisão, rádio, produção multimédia, serviços orientados para dispositivos móveis, marketing, etc. Estas estratégias dinâmicas permite alcançar grandes audiências e grandes resultados, situação que concorre para aumentar as receitas de empresa.

A conceção de ideia integrada de redação visa promover a partilha interna de espaço e informação entre os profissionais. O novo ambiente elimina o isolamento e “ilhas de trabalho”, reduz custos administrativos e aumenta a rentabilidade empresarial. Mas o

centro diretivo da redação será o elo de ligação que vai manter a coesão e unidade de resposta as necessidades de informação dos usuários.

As reflexões aqui convocadas chamam-nos atenção para o fato do jornalismo estar em processo de transformação em função das audiências e, conseqüentemente, tais mudanças afetam a dimensão estrutural e empresarial.

Rodrigues (1998) já lançava uns modelos teóricos de mudanças organizacionais de acordo com os vários fatores. Ao balançar estes modelos com o cenário atual de mudanças em que vivem as empresas jornalísticas há um perfeito encaixe.

Reddic & King (2001), Trenc & Quinn (2003), Singer (2006) e Esteruela (2010) partilham o mesmo sentimento que os processos de trabalho no jornalismo estão em mudanças, graças a presença da Internet. Além do aspeto processual de produção em mudança existem outras mudanças a nível estrutural, aquelas que Jenkins (2001) designa-as de convergências.

4.5.1. Mudança do perfil do jornalista

Junto com os fatores financeiros, económico e técnico, os recursos humanos fazem parte da realidade empresarial. Ao longo do tempo, os recursos humanos tem revelado grandes transformações. (Serrano, 2008: 124). As empresas jornalísticas não constituem nenhum fenómeno alheio às grandes transformações que ocorrem a nível dos recursos humanos. Elas estão a redefinir o perfil dos seus profissionais, de acordo com o novo modelo de jornalismo.

O panorama profissional de jornalista de hoje caracteriza-se entre os que se ancoram nas velhas redações do século XX do tipo analógico, com uma orientação ao único meio de comunicação e aos que ingressam na redação do século XXI, mais aberta e com Internet como meios de comunicação com a sociedade. (Garcia & Fariña, 2008: 2001).

O jornalismo digital apresenta novas características do jornalismo associado à Internet, que pressupõe um novo perfil correspondente ao novo modelo de organização jornalística. (Serrano, 2008: 129):

- A formação orientada para o domínio das tecnologias que permita o domínio de técnicas de produção eficazes e flexíveis;
- Tempo disponível para atualização constante;

Em suma, as novas organizações jornalísticas criam um novo perfil profissional com comprovadas competências multifacetadas e no domínio das tecnologias de comunicação. As novas qualificações e competências permitem uma maior flexibilidade no trabalho de produção de conteúdos.

Neste contexto, Candelas (2001) recomenda que os jornalistas da era digital dominem os conhecimentos do ambiente envolvente, saibam selecionar e editar conteúdos bem como realizar pesquisas nas bases de dados. (Candelas, 2001:200).

Bastos (2006) recomenda que o novo perfil de jornalista deve contemplar novas qualidades profissionais, assim escreve:

Actualmente, onde quer que o ciberjornalismo se encontre num estágio de desenvolvimento mais adiantado, o recrutamento para redações digitais exige ao jornalista o domínio alargado de múltiplas capacidades, bem como a aptidão para trabalhar em ciclos de notícias de atualização permanente. Em certos casos, o ciberjornalista terá de redigir notícias, produzir fotografia, áudio e vídeo, construir páginas *web*, transpor conteúdos impressos ou audiovisuais para a rede, acrescentar hiperligações, fornecer interfaces que permitam aos utilizadores o recurso a bases de dados diversas, desenvolver comunidades *online*, particularmente através de linhas de *chat*, etc. (Bastos, 2006: 106)

As novas redações incluem a incorporação de outras profissões como técnicos informáticos, especialistas em designer gráficos, especialistas em multimédia, etc. A diversidade profissional transfere o polo de tomada de decisão, anteriormente controlado exclusivamente pelos jornalistas, e passa a ser partilhada por todos.

Lopéz (2005) relata que no início o jornalismo moderno, meados do século XIX até aos anos 70, do século XX, os jornalistas eram quase os únicos que dominavam as redações. Mas nos meados dos anos 70, período da informatização das redações, apareceram novas figuras ligadas exclusivamente a redação, isto é, figuras que se dedicavam ao tratamento de textos e desapareceram os linotipistas e os corretores e os editores assumiram as funções de corretores e de edição. (Lopéz, 2005: 316).

Duas categorias profissionais assumiam a produção jornalística: os jornalistas propriamente ditos e os editores. Uma terceira figura começou a ganhar espaço nas redações, o técnico da informática.

A configuração da tecnoestrutura nas redações acaba por criar outros problemas. Cada vez que os técnicos informáticos assumem o papel de jornalistas, eles começam a assumir outras tarefas complexas nas redações como as de edição de imagens, infografias, etc. Ainda mais tomam a decisão de assegurar a saída do jornal à rua na hora que lhes apetece. (López, 2005: 316).

De acordo com o autor supracitado, os *gatekeepers* do segundo nível assumem o desafio diário de trabalhar com as seções de maquetização e edição. Isto significa que no futuro, as redações trabalharão com equipas polivalentes que facilitarão o complemento de trabalho jornalístico, porque o cenário digital demanda outros profissionais quer da informática, das telecomunicações quer da multimédia.

As redações uma vez digitalizadas requerem um novo profissional que saiba utilizar e aproveita ao máximo os múltiplos recursos tecnológicos. A Internet traz um novo perfil de funcionário que trabalha e produz informação mediada pelas tecnologias digitais: hipertextualidade, multimedialidade e interatividade. O novo perfil de jornalista digital é um intermediário, estruturador e organizador de informação na medida em que, face a abundância da informação, dá ordem e sentido. Por exemplo, a tarefa de criar e gerir o fluxo de informação também é da sua competência. (Martinez, 2003: 280-281, Salaverria, 2002: 390-395).

Armananza *et al.* (1996) diz que o novo jornalista deve ser capaz de assumir a responsabilidade e funções que antes não eram suas, como por exemplo: correção e produção de textos, diagramação, acesso às bases de dados de textos e fotos (Armananza e tal. 1996: 46).

Nessas mudanças que ocorrem nas empresas de jornalismo chama atenção especial a reflexão de Bradshaw (2011) que sugere a mudança estrutural de redações. Entende-se por mudança estrutural de redações a introdução de modelo de redação integrado, que promove equipas multifacetadas de especialistas, que partilha conteúdos e que trabalha para resultados concretos.

O essencial a reter neste debate é que as tecnologias e os modelos económicos das novas empresas jornalísticas estão a moldar uma nova estrutura empresarial baseada na simplicidade e competitividade, as chamadas empresas de estruturas integradas.

As estruturas integradas de redações como são defendidas por Bradshaw (2011), comportam o agrupamento de canais de televisão, rádio, produção multimédia e equipas multifacetadas capazes de produzirem conteúdos de grande impacto social. Elas, pelo processo sinérgico, podem responder aos problemas de produção e distribuição de conteúdos para diversos contextos culturais e linguísticos.

O modelo integrado é ideal para contextos sociais multilíngues e multicultural porque elimina as “ilhas” de trabalho criadas pelas rádios, televisões e jornais e, consequentemente reduz os custos operacionais, com o pessoal e aumenta a rentabilidade empresarial.

4.6. Tipologias de jornalismo digital

Antes de abordar a questão de tipologias de jornalismo digital é fundamental esclarecer que o conceito de jornalismo digital resulta de um trabalho acurado de abstracção dentro das grandes discussões teóricas levadas a cabo por vários investigadores em torno do jornalismo digital: Hall (2001) emprega com frequência a expressão jornalismo *online*; Noci (2001) usa a terminologia jornalismo electrónico; Machado & Palácios (2003); Barbosa (2005) usa a terminologia jornalismo digital; Deuze (2004) emprega nos seus estudos o conceito de jornalismo multimédia ou jornalismo *online*; e por fim Salaverria (2005) emprega, muitas vezes, o termo ciberjornalismo.

Curiosamente, Palacios & Machado (2007) justificam as razões que o levam a evitar o uso da terminologia *online*:

A transposição deste conceito para o jornalismo implicaria em duas imprecisões. A primeira remete a confusão entre o tipo de disponibilização com a forma de produção. A segunda a comparação do tempo da notícia com o tempo fenoménico. A partir desta premissa é que fazemos a distinção entre os termos *online* e digital. Por *online* entendemos a forma de distribuição do novo formato jornalístico, que permanece disponível em linha aos usuários do sistema. O conceito digital, que se está impondo como hegemónico, remete para a especificidade do suporte de transmissão destas emergentes configurações jornalísticas. (Palácios & Machado, 2007).

Salaverría & Noci (2003) equiparam a jornalismo digital e multimédia como tendo o mesmo significado. Para os dois autores o jornalismo digital diz respeito ao jornalismo praticado na Internet praticado através do binário zero a um, enquanto o jornalismo multimédia resulta da integração de texto, som e imagem (Salaverría & Noci, 2003: 120).

O uso da palavra ciberjornalismo é da preferência de Salaverría e Noci (2003). Trata-se de uma palavra que no início do século XXI era mais usada no mundo latino-americano do que em Espanha, onde até agora continua a suscitar debates. Para eles, falar de jornalismo electrónico, jornalismo multimédia, a palavra jornalismo digital significa o jornalismo que usa os recursos digitais. (Salaverría & Noci, 2003: 18).

Deuze (apud Pereira & Jorge, 2004: 4) propõe o uso do conceito de “multimedia logic” como sendo uma terminologia mais abrangente. Ou seja, um termo que abarca as infraestruturas tecnológicas de que dispõe uma organização jornalística e a sua interação com audiência.

Sousa (2003) levanta uma série de significados atribuídos ao jornalismo praticado no meio electrónico. Para ele o termo *on-line* é uma expressão muito genérica empregue para descrever o acesso, armazenamento ou distribuição da informação digital, enquanto o uso das expressões: jornalismo digital, jornalismo electrónico, jornalismo multimédia e jornalismo virtual, são vocábulos utilizados por diversos autores da área dos medias, por razões diversas, para expressar a ideia do exercício da função jornalística na edição digital de um jornal impresso, rádio ou televisão ou numa edição digital exclusivamente. (Sousa, 2003: 160).

Outros autores usam frequentemente o conceito de *Novos Media*. Martinez & Alonso (2003) diz que o conceito está ligado à tecnologia, já que cada desenvolvimento tecnológico propicia a aparição de novos meios. Dai então torna difícil estabelecer uma definição exacta de jornalismo que engloba as diferentes formas de manifestação comunicativa que surgiram ao longo da história, mas o autor nota que por cada meio define-se por suas características próprias, ou seja, cada meio está associado a ideia de transmissão de mensagens ou informação. (Martinez & Alonso 2003: 261-264).

Seja como for o conceito de Novos media aplica-se de diversas formas com maior ou menor grau de organização que surgem em torno da tecnologia, principalmente com

aparência da Internet, sobretudo da informática, das telecomunicações e de audiovisuais. Para delimitar melhor o conceito, os Novos Media são definidos de acordo com as suas características principais: interactividade, personalização, instantaneidade, hipertextualidade, universal e inovador. (Martinez & Alonso, 2003: 270-271).

De acordo com Deak (2009) apud Pereira & Jorge (2009:4) existem vários tipos designações dadas ao jornalismo praticado na Internet, nomeadamente:

Jornalismo *on-line*: é o jornalismo feito na Internet, em rede;

Jornalismo digital: qualquer jornalismo que não utilize mais meios analógicos é jornalismo digital, seja vídeo, áudio ou texto.

Jornalismo 2.0: o termo 2.0 surgiu associado à Web 2.0, com vários significados, mas acabou virando mais ou menos sinónimo de “jornalismo de redes sociais”. Pode ser associado, portanto, ao jornalismo que utiliza essas redes de alguma maneira, normalmente de modo colaborativo.

No quadro desta discussão Pinto (2004) afirma o seguinte:

Utilizamos neste texto os conceitos de webjornalismo, jornalismo digital e de jornalismo online como equivalentes. Estamos, no entanto, conscientes de que continua a existir alguma indefinição conceptual, dada a diversidade de situações que muitas vezes se confundem: jornalistas que utilizam a Internet como ferramenta de apoio ao seu trabalho quotidiano; jornalistas que elaboram peças para media tradicionais que são transpostas para a edição online. Jornalistas que trabalham apenas no online, procurando, em grau maior ou menor, tirar partido do multimédia e da interatividade. (Pinto, 2004: 2).

Para um esclarecimento do problema conceitual, Pinto (2004) remete-nos a leitura de Basto (2000) onde a questão é discutida com mais acuidade. Mas Bastos (2000) prefere usar jornalismo electrónico.

Canavilhas (2007) e Zamith (2008) estabelecem uma relação entre o uso dos termos e os respetivos autores, por exemplo, a designação de *jornalismo Online* é mais usada nos países anglo-saxónicos e tem sido usada por Wolk (2001), Hall (2001); Ward (2002); *jornalismo electrónico* é usado por Bastos (2000), Noci (2001); *jornalismo digital* por Machado & Palacios (2003), Barbosa (2005); *Jornalismo multimédia* por Marcos

(2000), Deuze (2004); *jornalismo cibernético* por Mendes & Gil (2001); ciberjornalismo por Salaverría (2005), Valcarce & Marcos (2004) e por revistas científicas prestigiadas como *On-line journalism Review*. Enquanto Deuze (2004) utiliza a mesma expressão, mas no plural, *online journalisms*. Enfim, trata-se de uma infinidade de definições que nunca chegam a ser consensuais. (Canavilhas, 2007: 2 e Zamith, 2008: 23-26).

Salaverría (2003) estudou e comparou a polissemia que as terminologias carregam, muitas vezes com imprecisão, mas que todas querem se referir ao jornalismo que usa os recursos digitais.

Zamith (2008) afirma que do ponto de vista conceptual, o jornalismo eletrónico, jornalismo multimédia, jornalismo na Internet, jornalismo em rede, jornalismo em linha, são designações redutoras, porque não é imperativo utilizar a Internet para se fazer o jornalismo. Além disso, nas designações subentendem mais a actividade e não o suporte.

A concentração do estudo é focalizada para com o jornalismo produzido inteiramente no ambiente digital, àquele processo de produção característico da terceira ou quarta fase do Jornalismo digital (multimedialidade, Interactividade, hipertextualidade, memória, instantaneidade, universalidade).

Como se pode deparar, as definições ou harmonização do conceito do jornalismo praticado na Internet não são consensuais no mundo da academia. Portanto, é a terminologia “jornalismo digital” que se vai usar em todo este estudo, embora se olhe para outros modelos de jornalismo que utilizam os recursos tecnológicos, a multimédia, a interacção, a hipertextualidade e a memória. O jornalismo digital expressa o procedimento jornalístico que implica o uso das várias plataformas de comunicação para a disseminação do jornalismo.

Bastos (2000) designa “jornalismo digital” a forma de produção de conteúdos noticiosos originalmente da Internet e com a sua forma específica de interacção com os usuários, distribuição, armazenamento e recuperação de conteúdos. Mas, designa de “jornalismo *online*” a actividade praticada por qualquer tipo de jornalista, seja ele da rádio ou televisão, para realizar os seus trabalhos neste meio. Seja como for, parte-se do pressuposto que a terminologia “jornalismo digital” é uma metáfora, pois a noção de jornal sempre esteve associada a um suporte de papel.

Além disso, a metaforização do conceito “jornalismo digital” resulta do desaparecimento do meio físico e os recursos a multimídia da plataforma digital fazem com que o produto deixe de ser um jornal, tradicionalmente falado, para se tornar um meio de veiculação de notícias com mais potencialidades.

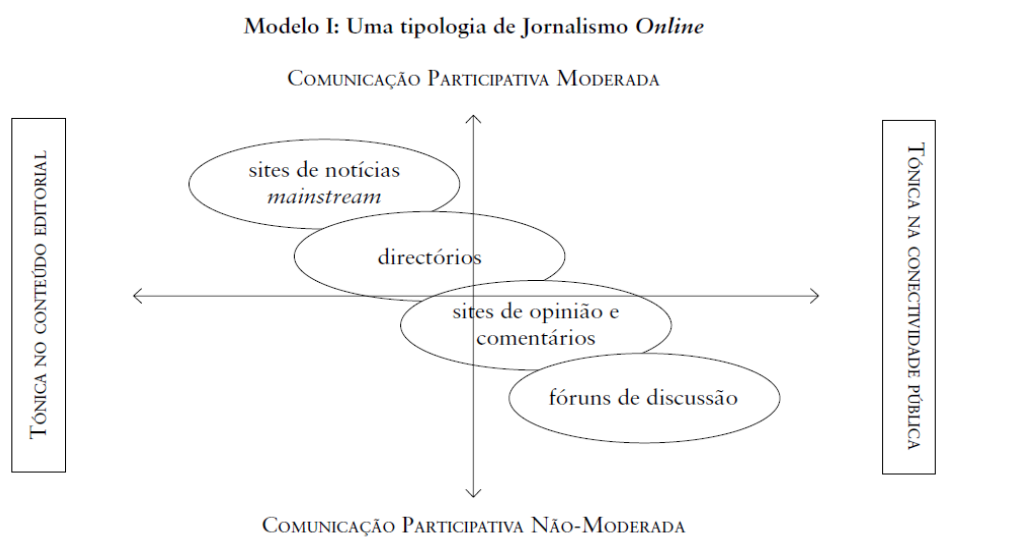
A classificação serve para estruturar, organizar e compreender a realidade que se encontra dispersa e pouco definida. Além disso, a Internet acolhe não só meios de difusão de massa, publicações diversas e espaços de disseminação de informação que podem confundir-se com espaços de jornalismo digital.

Para dissipar a confusão e identificar os meios característicos do jornalismo digital, Deuze (2006) caracteriza quatro tipos de jornalismo de matriz digital. (Deuze, 2006: 21):

- ✓ *Sites* noticiosos tradicionais
- ✓ Diretórios e agregadores de notícias,
- ✓ *Sites* sobre media e de comentários
- ✓ *Sites* de partilha e discussão

O autor representa as quatro tipologias de seguinte modo:

Figura nº 5: Tipologias de jornalismo digital



Fonte: Deuze (2006)

Com esta representação da figura nº5, Deuze (2006) explica o seguinte: os *sites* de notícias oferecem conteúdos originais com pouca participação dos usuários; os diretórios não produzem conteúdos originais apenas agregam ou apontam, através de hiperligação, para outros *sites* ou blogues, ou seja, estes funcionam como agregadores de notícias; os sítios de opinião e comentários são sítios sobre jornalismo, abordam assuntos sobre a produção jornalística, estudos, teorias e normalmente são espaços criados pelos jornalistas; por fim, sítios de fórum de discussão, oferece espaço para os leitores se ligarem um ao outro e trocarem ideias

Esta classificação, segundo Zamith (2008) permite distinguir o que é jornalismo digital e o que não é. O certo é que prolifera na Internet uma grande quantidade de páginas que “usurpam” a verdadeira função do jornalismo e nem apresentam por trás a estrutura de uma redação noticiosa (Zamith, 2008: 24). Esta observação esclarece a dúvida quanto à diferença entre portais agregadores de notícias como *Yahoo news*, *Google new*, *Sapo news* e por aí em diante e verdadeiros serviços de notícias feitos por jornalistas.

Palacios & Noci (2007) propõe uma classificação dos meios digitais baseados em quatro características:

- Tipologia centrada nas ações ou desenvolvimento dos meios digitais-trata-se de um tipo de meio que engloba informações generalistas ou especializadas;
- Tipologia centrada no modelo de comunicação-são aqueles meios digitais cuja finalidade básica é o desenvolvimento e transmissão de conteúdos informativos;
- Tipologia centrada nos elementos que conformam os meios digitais-são aqueles que implicam os diversos graus de participação dos usuários no próprio meio;
- Tipologia centrada no objeto ou finalidade dos meios digitais-trata-se de meio digital cuja finalidade é meramente informativa ou noticiosa

Como se pode notar, a proposta de tipologia de jornalismo digital de Deuze (2006) e a de Palacios & Noci (2007) tem uma certa proximidade, o que os diferencia é a forma como descrevem e representam as ideias.

A liberalização do mercado de comunicações digitais deu lugar ao aparecimento de vários tipos de agregadores de informação com a designação de jornalismo digital. Deuze (2006) chama atenção para uma distinção clara entre *sites* de notícias e agregadores de

notícias. Os agregadores de notícias não possuem uma redação estruturalmente constituída, com linha editorial, com profissionais especializados na coleta, tratamento e difusão de informação, mas são *sites* que cujo conteúdos põe tónica nas hiperligações, enquanto os sites de notícias põe tónica nos conteúdos editoriais.

Com base nestas reflexões, a pergunta que fica é: qual é a tipologia de *site* noticioso que possibilita a participação do cidadão e a integração de valores culturais? A classificação de Deuze (2006) já contém resposta para a pergunta formulada.

Ao analisar a figura de tipologias de jornalismo digital nota-se claramente que os *sites* de notícias e os diretórios são categorizados como meios que colocam tónica nos conteúdos editoriais e, simultaneamente, permitem uma comunicação participativa e moderada. Assim sendo, os meios digitais com uma linha editorial definida e com abertura para a participação do cidadão oferecem a possibilidade de integrar o cidadão no processo de comunicação. Ao abrirem-se ao cidadão supõe um compromisso implícito em aceitar a ele e os seus valores culturais.

4.6.1. Impacto social e político do jornalismo digital

A comunicação social, em geral, desempenha um papel importante na construção e sustentação do sistema democrático, boa governação e proteção dos direitos humanos. Simultaneamente, ela é um fórum privilegiado para a livre expressão de opinião dos cidadãos, sendo também uma plataforma através da qual é disseminada informação e conhecimento necessários para a plena participação dos cidadãos na vida política da sua comunidade ou do seu país. A comunicação social pode ainda desempenhar um papel de grande impacto na monitoria e fiscalização do bem-comum, facilitando ou mesmo pressionando para que os detentores do poder prestem contas sobre as suas atividades aos seus cidadãos.

Já nos anos 80, Benjamim Barber, na sua obra intitulada “ *Strong democracy: participatory for a new age*”, profetizava a vantagem do uso das novas tecnologias como forma de tornar as democracias mais fortes através de mobilização social, acesso à informação e criação de redes de discussão.

A partir deste debate cresceu o número de abordagens sociológicas sobre as mudanças provocadas pelas tecnologias na sociedade focalizando mais nos aspetos que visam de-

monstrar como é que o cidadão pode entrar na sociedade de conhecimento e de fluxo de informação, de forma participativa. Neste contexto, existem muitas perspectivas de abordagem sobre o assunto de participação do cidadão, uns a favor, outros contra e ainda há os indiferentes. Fazem parte deste painel os autores como: Dizard Jr (2000), Vivar & Arruti. (2001), McQuail, 2003, Torres (2004), Castells (2007), Kerckhove (1997), Lemos (2009), Santos (2010), Esteves (2010), Gans (2010) e outros. O ponto comum de reflexão dos autores acima mencionados assenta sobre quatro aspectos: o impacto sócio organizacional, impacto político e social ou comunitário e a participação dos novos media no processo de monitoria política.

No âmbito sócio organizacional, os efeitos sociais das mudanças tecnológicas têm implicações mais amplas. Torres (2004), clarifica que a presença da Internet nas redações, além de vincular os jornalistas aos profissionais de outras organizações, também favorece laços profissionais muito fortes entre colegas da mesma organização, ou seja, entre colegas da redação, colaboradores, correspondentes, enviados especiais, etc. (Torres, 2004: 35).

Dizard Jr (2000: 39), numa abordagem das implicações políticas esclarece que as perspectivas abertas pelos media digitais estão a imprimir mudanças no sistema de distribuição de conteúdos.

Numa época de mudanças tecnológicas e de processos de trabalhos, os serviços públicos da radiodifusão deviam assumir a dianteira dessas transformações e mudanças tecnológicas, porque são, em parte, o garante do “fluxo aberto de opiniões”. Além disto aumentam o nível de qualidade de comunicação. Esta visão legitimadora do poder dos serviços públicos de comunicação é passível de polémica e discordância, dado que as sociedades mais democráticas defendem o pluralismo mediático. (Keane, 2002: 172)

As políticas de desregulação de serviços de telecomunicações levadas a cabo pela União Internacional das telecomunicações e governos de todo o mundo, a limitação ou monopolização de serviços de telecomunicações, por parte dos governos, já não é muito relevante na atualidade face ao processo de globalização e do esbatimento das fronteiras de comunicação. Deste modo torna difícil voltar-se ao processo de regulação enquanto o mundo fala da desregulação dos media, do comércio, das telecomunicações e das outras áreas estruturais do funcionamento das sociedades.

Noutra instância McQuail (2003) ao escrever sobre as implicações políticas dos “novos Media” diz o seguinte:

Os novos media electrónicos foram muito elogiados como potencial forma de escape às políticas opressivas, «de cima para baixo» das democracias de massas, nas quais os partidos políticos bem organizados determinam os procedimentos unilateralmente e mobilizam apoios sem negociação mínima nem consulta de base. Os novos media garantem os meios para uma provisão altamente diferenciada da informação e ideias políticas, um acesso quase ilimitado, em teoria, a todas as vozes e muita retroacção e negociação entre líderes e apoiantes. Prometem novos fóruns para o desenvolvimento de grupos de interesse e formação de opinião. (McQuail, 2003:136).

McQuail (2003) exalta o poder dos novos media na participação política, no acesso à informação e na negociação entre líderes e membros dos partidos. O autor acredita que os media digitais são ferramentas ideais para as vozes da sociedade civil poderem soar melhor, fato que poderá conduzir naquilo que o autor designa de “democracia eletrónica” e resolver problemas de informação e de participação. (McQuail, 2003: 136-137).

Aliando-se a McQuail (2003), Spa (2001), resume a questão da participação política dos cidadãos através dos media nos seguintes modo:

... El futuro de la democratización de la comunicación no está únicamente en facilitar el acceso de los “lectores” a la información, sino también en la capacidad que cada sociedad tenga de producir la información que responda a las necesidades sociales, culturales y políticas de estos lectores. (Spa, 2001:138).

Na perspetiva sociológica de McQuail (2003) e de Mangi (2008) realçam a questão das implicações sociais do computador na “comunidade¹³”. Eles referem que a presença do computador na comunidade oferece inúmeras “possibilidades para comunicação motivada e interativa ...”, mas noutro momento McQuail (2003) questiona as identidades comunitárias formadas na Internet que muitas vezes não são genuínas (McQuail, 2003: 133-136).

O jornalismo participativo “coloca novas exigências diretas por sectores sociais através de argumentos de legitimidades baseados na liberalização tecnológica da produção de discurso. (Vicente, 2010). A participação do cidadão não deve ser vista como intromis-

¹³ O conceito de comunidade tem em referência a uma forma real ou virtual de organização social (McQuail, 2003:133-134).

são ao jornalismo, pois ela gera “valor-acrescentado”, introduz novos serviços em tempo real e dá uma nova dinâmica nas agendas e rotinas.

Vicente (2010) ainda afirma que as apropriações das novas tecnologias pelo cidadão geram novos atores no jornalismo, fato que implica uma nova relação entre jornalista/público. Para os países pobres, o telemóvel é uma das tecnologias mais generalizada e uma das “formas de conectividade à rede”. Daí então a que ter em conta a sua “dimensão mediática” enquanto tecnologia para documentar e reportar acontecimentos.

Batista & Zago (2010), numa abordagem sobre o ativismo nas redes sociais da Internet, na perspetiva política, afirmam que é caracterizado pelas mobilizações coletivas para transgressão e solidariedade. Os autores clarificam que a transgressão refere-se à “oposição a certa condição social com vista a sua transformação, enquanto a solidariedade entendem por sentido coletivo de suporte mútuo em busca desta transgressão”. (Batista & Zago, 2010: 131).

No contexto da participação dos media no processo de monitoria política e envolvimento do cidadão na esfera pública, os media têm uma responsabilidade social de promoção de cidadania junto das comunidade onde estão inseridos. É nisto que os novos media desempenham o papel fundamental no processo de envolvimento do cidadão na participação política e social. (Benkler, 2006).

Soares (2009) descreve o processo de participação política dos novos media nos seguintes termos:

(...) Nas sociedades modernas é impossível falar de democracia sem levar em conta o papel desempenhado pelos meios, especialmente depois do surgimento dos meios eletrônicos, que ampliaram as conexões entre democracia, campanhas políticas, opinião pública e jornalismo. (Soares, 2009).

Mas o papel desempenhado pelos media deve ser visto numa perspetiva de responsabilidade social. De acordo com Santos (2010: 60), a monitoria e controlo das ações governamentais envolve não só as associações da sociedade civil, inclui também os media. Esta ação fiscalizadora nem é sempre bem vista do lado das autoridades políticas, mas ela é fundamental para “dar visibilidade a erros e falhas do Estado, trazer novos pontos à agenda pública ou influenciar as decisões políticas”.

Uma das plataformas populares de influência de opinião são os *Blogs*. De acordo com Santos (2010), *Blogs* são o elo de ligação para o jornalismo participativo que busca influenciar a opinião e a mobilização de consciência crítica.

Existe uma proximidade de discurso, nesta matéria entre Santos (2010) e Cadima (2010). Este último realça a sociedade em rede como sendo o fator de reconfiguração do modelo de participação do cidadão na esfera pública. Cadima (2010) dá a entender que o modelo de comunicação baseado nas tecnologias coloca o cidadão “no plano de uma espécie de redes deliberativas” que assumem o papel de “*produser*”, ou seja, tornam-se simultaneamente produtores e consumidores de conteúdos. (Cadima, 2010:83, Santos, 2010: 63-64).

O contributo de Correia (2010) na questão das “redes deliberativas” elucida o processo de participação do cidadão e, assim, o autor escreve o seguinte:

Ora, o processo de deliberação é necessariamente aberto. Quanto mais informação houver disponível e mais os indivíduos puderem considerar os argumentos e as reivindicações dos outros, tanto mais poderão gradualmente modificar os seus pontos de vista originais. Em termos práticos, as implicações da ideia de democracia deliberativa implicam a procura de novas formas de expandir e de institucionalizar os processos deliberativos, e novos mecanismos para alimentar esses mesmos processos e implementar os seus resultados, (...). Nesta perspetiva, podemos ver que as instituições mediáticas possuem um potencial particularmente importante o desenvolvimento da democracia deliberativa. Por um lado, ao proporcionarem aos indivíduos formas de conhecimento e informação a que eles não teriam acesso de outro modo, ao fornecerem pontos de vista diferentes sobre os diversos assuntos, as formas de interação através dos media podem estimular a deliberação. (Correia, 2010: 102-103).

Ora, a mediação entre o leitor e a política é feita e reforçada ainda na era digital. Torres (2004) mostra que a prática de mediação, os media se aproximam mais do leitor, vice-versa. O jornalista amplia a sua rede de contatos até aos níveis que não eram de imaginar até há poucos anos. (Torres, 2004:35).

Ferreira (2010) aproxima-se dos discursos anteriores de participação política do cidadão através dos novos media. Ele acrescenta que os media digitais constituem o “fator de revigoração da esfera de discussão pública” ao se transformarem numa nova plata-

forma de comunicação política, fato que dá vantagem de suprir o “défice democrático dos meios de comunicação tradicionais”. (Ferreira, 2010:101).

Kovach & Rosenstiel (2003) glorificam o advento da era digital e das novas tecnologias que deram novas oportunidades, quer para os jornalistas quer para o cidadão comum. Mas o autor receia que as indústrias de comunicação, pelas suas potencialidades, sejam “assaltadas” por grandes grupos económicos e constituam ameaça ao jornalismo vigilante, independente e participativo. (Kovach e Rosenstiel, 2003: 174).

Torres (2004), em relação ao envolvimento demasiado do usuário no jornalismo, o autor receia que a partilha da função do editor com o usuário, já que o usuário pode escrever notícias e colocá-la na rede, poderá dar primazia as potencialidades das tecnologias e se esquecer do fundamento do jornalismo, a verdade. (Torres, 2004:36).

Neste quadro de reflexões sublinham-se três agrupamentos de autores em torno do impacto social e político do jornalismo digital: Dizard jr (2000) e Keane (2002) que defendem o papel dos media digitais como fator da qualidade de comunicação na atual sociedade, enquanto McQuail (2003), Kovach e Rosentiel (2003) formam o grupo dos que estabelecem uma relação entre os novos media e o poder político. Finalmente, o último grupo constituído por Vicente (2010) e Batista & Zago (2010) refletem sobre o poder de apropriação das tecnologias sociais pelo cidadão.

McQuai (2003), Kovarck & Rosentiel (2003) despertam atenção para o poder dos novos media face ao poder político. Entende-se nesses autores que o jornalismo digital escapa o controlo do poder político pelas suas características virtuais e de ubiquidade. Sendo assim, eles podem constituir uma poderosa ferramenta de crítica e de pressão social para os regimes ditatoriais, sem qualquer tipo de censura. Nesta linha de pensamento, a massificação das tecnologias sociais referidas por Vicente (2010) e Batista & Zago (2010) reforçam o poder do jornalismo digital na monitoria do poder político.

Tanto Mcquai (2003), Kovarck & Rosentiel (2003) como Vicente (2010) e Batista & Zago (2010) levantam uma questão fundamental que sustenta o tema central desta tese, Como tornar os novos media o aliado das comunidades marginalizadas?

Quando se fala de comunidades marginalizadas refere também ao cidadão em contextos culturais diferentes, analfabetos e sem acesso aos conhecimentos fundamentais dos seus

direitos e deveres na sociedade na qual está inserido. Mas para que o processo de aliança aconteça é necessário que os novos media tomem a iniciativa de se identificar com os valores da comunidade.

4.7. Readaptação de currículos de formação de jornalistas

O jornalismo como atividade profissional está em profundas mudanças no ensino e formação em jornalismo. Estas mudanças não são acompanhadas pelas instituições de ensino. Dai que, é importante levantar uma reflexão mais alargada dos investigadores de jornalismo em torno do tema de reforma do ensino do jornalismo de modo a responder os desafios de mudança.

Machado (2007) parte do princípio que o ensino do jornalismo em tempos de ciberespaço pressupõe o reconhecimento da presença de um novo ambiente para o desenvolvimento de práticas diferenciadas de educação. Mais adiante, o autor afirma que a aprendizagem no espaço constituído por tecnologias requer habilidades específicas para o estabelecimento de relações de ensino-aprendizagem entre professor e aluno. (Machado, 2007:13). Esta visão é bastante partilhada pelos especialistas de reforma do ensino de jornalismo, porém ela peca por não fornecer os detalhes das referidas “habilidades específicas” que devem ser incorporadas no novo plano curricular do jornalismo, bem como do perfil do jornalista desejado pelo novo mercado de comunicação.

Salaverría (2002) explica as razões de mudança do plano de formação do jornalismo porque “o terramoto digital” está a provocar ruturas mais profundas na prática jornalística como são os casos da linguagem, informação, público, meio e, inclusive, o próprio conceito de jornalista. (Salaverría, 2002: 387).

Existem muitas ideias antagónicas em relação a formação de jornalistas. Vivar & Arruti (2001), classificam a reforma do currículo de formação de jornalistas em duas categorias: por um lado, os tecnófobos, que são resistentes às mudanças e, por outro, os tecnófilos que constituem o grupo que sente o fascínio pelas tecnologias. (Vivar & Arruti, 2001: 175).

Vivar & Arruti (2001) e mais tarde Canavilhas (2009) reconhecem que as novas tecnologias surpreenderam o sector do jornalismo pela rapidez com que os equipamentos tecnológicos penetraram nas redacções, sobretudo no processo de produção noticiosa.

Estas mudanças exigem não só esforço redobrado das empresas jornalística em incorporar nas redações as novas ferramentas, mas um conjunto de outras transformações estruturais.

Uma das mudanças de que se exige as empresas jornalísticas, face ao surgimento das novas tecnologias de produção e distribuição de informação é a qualificação dos seus profissionais e habilidades em trabalhar no ambiente digital. Esse problema invoca outro, ou seja, a coordenação com as instituições de ensino de jornalismo em adaptar nos seus planos curriculares novas disciplinas que respondam à nova realidade reconfigurada pelas novas tecnologias.

A formação massiva de jornalista para um mercado que não os absorve revela algo errado na sincronia entre as universidades e o mercado de trabalho. Ou é a incapacidade das escolas de jornalismo se manterem vigilantes as mudanças que ocorrem no mercado de trabalho ou o mercado de trabalho já está a ficar saturado e obsoleto para os novos tempos.

Em resposta ao problema acima colocado, Canavilhas (2009) afirma que face à penetração das tecnologias nas redações e as consequentes mudanças no processo de produção de conteúdos, as instituições do ensino superior reagiram tardiamente ao fenómeno. A reforma dos planos curriculares para acomodar disciplinas ligadas às novas tecnologias foi a mais lenta do que a digitalização das redações, fato que criou o “desfasamento entre as necessidades do mercado e a oferta formativa”.

Antes da observação de Canavilhas (2009) já havia um alerta sobre a reforma do processo de ensino e aprendizagem no jornalismo. Segundo Daniel (2003) a necessidade de reforma do setor de educação resulta do avanço das tecnologias nas organizações que já estavam afetar todas as esferas organizacionais, inclusive o sector da educação.

Salaverría (2002), Espinosa (2006) e Canavilhas (2009) ao problema de desfasamento entre as universidades e o mercado de trabalho de jornalismo, trata-se de uma questão que já dava sinais há longa data. Nas redações clássicas notava-se o fosso entre os novos jornalistas recém-formados nas universidades e os veteranos formados nas redações. (Salaverría, 2002: 389, Espinosa, 2006:355 e Canavilhas, 2009)

A forma acelerada com que as tecnologias avançam para as redacções implica repensar a formação de jornalistas para a nova Era. Pois os desafios colocados pelas tecnologias implicam reformas mais profundas no ensino do jornalismo. Canavilhas (2009) afirma que o novo modelo de ensino-aprendizagem na era digital não significa apenas integrar mais conhecimentos das ferramentas de produção nos planos curriculares, mas torna necessário primeiro dominar os conceitos e depois as técnicas que permitem solucionar o problema.

No contexto do jornalismo digital encontra-se um profissional que deverá redefinir o seu perfil profissional que antes exercia a função de escrever. Hoje, com o avanço das tecnologias no processo de formação de jornalistas pode ser uma das chaves que pode voltar a dar uma nova dinâmica jornalismo, saturado pelo mercado de informação e da precariedade do mercado de trabalho, além disso, o novo profissional deve ser uma pessoa capaz de cumprir com as exigências do novo sector produtivo. (Gil, 2005: 283, González & Balboa, 2010: 376).

Existem tentativas de reforma curricular nas universidades. Uma reforma que pretende combinar o rigor científico com as necessidades tecnológicas do mercado de trabalho. Trata-se de proposta de jornalismo de qualidade, que enfatiza a atitude intelectual e destreza técnica, sentido crítico, capacidade de análise, sentido histórico, sentido documental, para atualizar documentos e sentido retórico. (Gil, 2005: 284).

Segundo Marinho (2006) o debate da reforma curricular do jornalismo ganhou quando em Julho de 2002 se iniciou na Universidade de Columbia uma discussão académica sobre a questão daquilo que devia ser “a visão da escola de jornalismo moderna, na era de informação em constante evolução em que vivemos”. Só mais tarde, depois do debate ter extravasado a universidade e a comunidade académica, as conclusões apontavam para um modelo de ensino-aprendizagem no qual o corpo docente devia ser constituído por profissionais experientes do jornalismo, que tanto ensinam como transmitem experiências práticas do jornalismo.

Já na sua tese de doutoramento Marinho (2011) chega a conclusão que os tempos estão em processo de mudança e as instituições de ensino em jornalismo terão de acompanhar essas mudanças.

A autora triangulou o papel do jornalismo e de formação em sociedade em mudança no qual posiciona três forças: Sociedade, Formação e Profissão. Nestes elementos ela reconhece o papel de “servo” das instituições formação. Numa leitura mais subjetiva entende-se que a sociedade e o jornalismo estão em mudança devido ao surgimento das novas tecnologias, então, cabe ao papel do “servo” formar o cidadão para uma nova realidade baseada nas tecnologias.

Perante tal discussão sobre o modelo de ensino de jornalismo, as visões alinham-se no sentido de dar ênfase na contextualização dos currículos escolares aos novos tempos, sobretudo, apostando por uma formação integrada.

Na perspectiva de Gil (2005) entende pela formação integrada, o ensinamento que vai para além de formação em novas tecnologias, mas que realça as habilidades técnicas e científicas da profissão. A razão disto tem a ver com a necessidade de não criar uma rutura repentina com o passado, mas valorizando positivamente as práticas do passado combinado com as tecnologias modernas.

Salaverría (2002) partilha a mesma visão ao propor um novo perfil de jornalista com uma formação orientada para as tecnologias, “capaz de elaborar e integrar elementos textuais e audiovisuais em mensagens informativas, com qualidade de editor e com conhecimentos avançados das tecnologias digitais...” (Salaverría, 2002: 390).

Mas Gil (2005), de forma genérica, sugere que a formação do jornalista deve ser feita com mais ênfase nos aspectos práticos, de modo a transformar os jornalistas em bons profissionais. Para o autor, as universidades devem ser os centros de preparação dos futuros jornalistas, sem se descartar do seu papel de combinar a tradição jornalística e a modernidade, com uma adaptação às novas tecnologias.

Mas Calvo (2006) alinha pela ideia de que a formação em jornalismo digital deve conferir aos futuros profissionais “habilidades e competências” que vão desde destreza no uso das ferramentas de *software* até à aquisição de uma série de conhecimentos de índole teórico-prático sobre os fundamentos e pautas de redacção das mensagens jornalísticas destinadas a serem difundidas na rede. (Calvo, 2006:220).

Tanto Salaverría (2002), Gil (2005), Calvo (2006), Espinosa (2006) como Fidalgo (2007) apresentam uma perspectiva pragmática de formação de jornalistas da era digital.

Segundo os autores, a introdução de disciplinas ligadas às novas tecnologias e de carácter profissionalizante no currículo de jornalismo deve ser uma solução dada no âmbito académico. E modelo híbrido que combine a teoria e a prática é a condição necessária para uma sólida formação profissional.

Importa sublinhar e discutir a perspectiva de Calvo (2006) quando reconhece a irreversibilidade das mudanças no jornalismo e enfatiza o ensino de jornalismo digital ao nível de licenciatura. Nesta perspectiva, o autor omite uma reflexão fundamental que a formação em jornalismo também é feita no nível básico ou técnico profissional, que também precisa de reforma curricular.

Segundo Calvo (2006) a reforma do curso de jornalismo a nível de licenciatura apresenta quatro objetivos essenciais, de modo a produzirem-se profissionais competentes para o novo mercado que se configura:

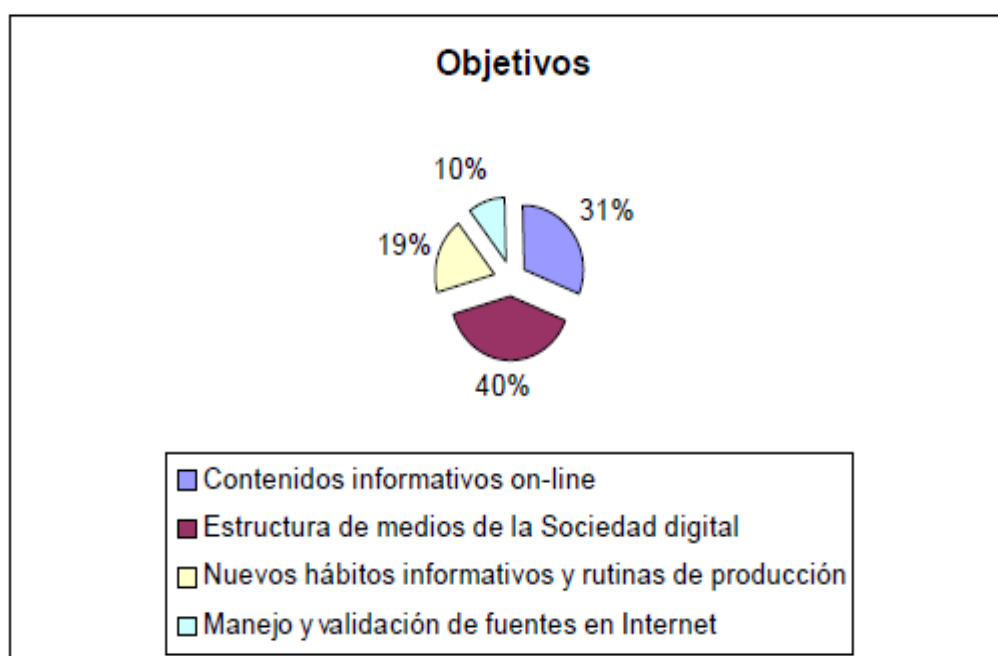
- **Conhecimento das estruturas gerais dos meios digitais-** consiste em conhecimento profundo das estruturas do ponto de vista comunicativa e das diferentes relações que existem entre eles no ambiente em que se insere, este objectivo deve ser concedido 40% do tempo de estudo:
- **Aquisição de competências de produção de conteúdos digitais-** este objectivo visa aplicar as potencialidades oferecidas pela Internet na criação de mensagens informativas, como por exemplo os recursos da multimédia, hipertexto, interactividade, etc. Neste objectivo, sugere-se que seja dedicado 31% de tempo de ensino.
- **Aprendizagem das novas rotinas de produção-** este objectivo visa garantir que os graduados do jornalismo conheçam e saibam aplicar os hábitos e as rotinas de produção próprios do jornalismo digital, dentre os quais a imediatez, o carácter multimédia dos conteúdos, as hiperligações aos outros sítios da Web, a interactividade. Neste objectivo sugere-se que os alunos dediquem 19% do seu tempo de aprendizagem,
- **Aprendizagem das pautas e formas de validação das fontes da Internet-** Este objectivo visa conhecer as características e serviços da rede, sobretudo, na utilização da Internet para obter a informação necessária de forma rápida. Neste ob-

jectivo sugere-se que os planos curriculares do jornalismo dediquem 10% do tempo de ensino-aprendizagem.

Os objetivos acima propostos, tal como ele os enumera, não são de carácter universal, pois podem ser diferenciados de acordo com cada contexto social e cultural.

Como seria de esperar, existe em todos os autores o reconhecimento unânime das necessidades das competências técnicas nos futuros jornalistas. Porque a demanda do mercado de trabalho exige o domínio técnico das novas tecnologias aplicadas aos media e sem dispensar o conhecimento científico fundamental.

Gráfico nº7: Objetivos do ensino de jornalismo digital



Fonte: Calvo (2006)

Como ilustra o gráfico nº7, o domínio das ferramentas de produção digital somado aos conteúdos de informação digital constituem as bases fundamentais das competências exigidas aos jornalistas digitais para entrarem no mercado de trabalho.

Os novos hábitos de rotinas de produção, entendidas como sendo a disponibilidade de trabalho 24 horas por dia e capacidade técnica de trabalhar em ambiente informático especializado são algumas das competências exigidas ao profissional do jornalismo digital, que as instituições de ensino de jornalismo devem fornecer ao mercado de trabalho.

No processo de planificação curricular dos cursos de jornalismo, a inclusão das disciplinas digitais pode ser feita por duas vias: mediante a inclusão de uma ou várias disciplinas específicas dedicadas a este tema ou mediante a incorporação em todas as disciplinas de licenciatura de matérias sobre o jornalismo digital. (Calvo, 2006).

Entre a criação de disciplinas autónomas, exclusivamente digitais, e a transversalidade, ou seja, inclusão de matérias ligadas ao jornalismo digital em todas as disciplinas, Calvo (2006) levanta problemas muito sérios de redundância da mesma disciplina ao longo de todos os semestres de formação.

Aqui o autor levanta a teoria de transversalidade da disciplina de jornalismo digital e defende-a como sendo o garante de “formação integral” e que responde a duas perspetivas. Calvo (2006: 237):

- **Perspectiva temática**- tratamento de matérias ligadas ao jornalismo digital no conjunto das disciplinas que compõe o plano de estudo do curso de jornalismo,
- **Perspectiva instrumental**- uso de ferramentas (software) especialmente da Internet ligadas com as TICs e os alunos familiarizam-se com os aspectos próprios da rotina do trabalho

Estas perspetivas do autor criam uma certa relutância em ser aceite como modelo de ensino de jornalismo. Trata-se de uma visão tecnicista e profissionalizante, enquanto o grau de licenciatura, pela sua natureza, exige uma formação técnica e científica.

A perspetiva holística ou polivalente de formação de jornalista na era digital também é defendida, em momentos diferentes, por Ariel (2001) e Vilches (2003). Os dois autores insistem que a componente prática não deve faltar no menu formativo. As razões práticas e habilidades polivalentes resultam da demanda do atual mercado de trabalho, porque o antigo modelo torna-se “inapropriado” nesta altura em que é urgente ter profissionais de comunicação com uma visão muito ampla, de modo que saia da formação com competência para desempenhar múltiplas tarefas de comunicação. (Ariel, 2001:149-150)

Ariel (2001) realça a questão ética em todo o processo formativo universitário como a melhor maneira de fazer o jornalismo de qualidade. O autor justifica-se dizendo que a

formação universitária não é só fundamental mas é importante pelo facto de se reconhecer como o lugar de experimentação laboratorial.

No que concerne ao perfil do docente, Espinosa (2006), Galdón (1999), González & Balboa (2010) advogam um novo modelo de docente para a era digital com as seguintes características:

- Tenha uma especialização em uma determinada área de ensino e pesquisa;
- O processo de ensino e aprendizagem deve caracterizar-se por uma formação integral;
- Atualização contínua do docente
- Disposição e atitude

Neste novo perfil, os autores são unânimes em apontar as razões dessa nova figura: incorporar no jornalismo digital novas modalidades de docentes e estabelecer uma nova relação com as novas tecnologias de informação e comunicação.

Algumas competências esperadas do jornalista formado no contexto digital: que ele saiba se adaptar a múltiplas tarefas decorrentes da convergência nos sistemas de produção de conteúdos nas empresas jornalísticas, ou seja, que tenha capacidade de compreender processos, planejar ações, interpretar cenários e ser flexível para se adaptar as constantes mudanças dos processos produtivos. (Machado & Palacios, 2007: 80-81, Erdal, 2007:53).

Todas as discussões em torno do modelo de ensino de jornalismo tendem a realçar a questão da incorporação de disciplinas relacionadas com as novas tecnologias. Isto por um lado para responder aos desafios das TICs e por outro para responder às demandas do mercado de trabalho que exigem um perfil polivalente.

Mas no contexto africano, devido à falta de debate mais aprofundado sobre o jornalismo e as novas tecnologias, a UNESCO tem assumido o papel de elaboração de modelo de ensino de jornalismo em África. De acordo com a justificação da UNESCO (2010a) afirma o seguinte:

Nos últimos anos, países em desenvolvimento e democracias emergentes registraram um rápido crescimento do número de meios de comunicação. Presenciou-se igualmente o reconhecimento do papel crucial do jornalismo na promoção da democracia, o que tem gerado uma demanda urgente por jornalistas formados com qualidade. A UNESCO, como o organismo das Nações Unidas responsável pela promoção da liberdade de expressão e do acesso à informação e ao conhecimento, tem adotado várias iniciativas na busca por melhorar a qualidade do ensino do jornalismo em todo o mundo. Em dezembro de 2005, em resposta a inúmeros pedidos de Estados-membros interessados na elaboração de um modelo curricular para o ensino do jornalismo, a UNESCO convocou uma reunião consultiva com especialistas em Paris. A identificação de disciplinas que deveriam ser incluídas no programa dos cursos de jornalismo foi um dos principais resultados do encontro. (UNESCO, 2010a: prefácio)

Com base nesta afirmação, o problema que se coloca não é em relação ao modelo padronizado do currículo de formação de jornalista que a UNESCO propõe, mas é a contextualização deste modelo para as situações específicas de cada país, cada cultura e cada povo.

Embora a proposta do plano curricular da UNESCO para o ensino do jornalismo se oriente mais para a prática do jornalismo, o problema coloca-se quando não existe a combinação entre a referida prática e o dilema de incorporação de disciplinas que enfatizam os aspetos sociais, culturais, político, económico, legal e da ética jornalística, que constituem pontos críticos das sociedades menos desenvolvidas, em particular África.

Quando se assume a posição teórica ou prática no processo de formação de futuros jornalistas, a questão do domínio das línguas estrangeira ganha uma importância “fundamental e obrigatória”, Galdón (1999: 90). Existem outros contextos sociais e culturais em que o problema linguístico tem contornos mais complexos e desafiadores para a formação de jornalistas.

Salaverría (2002), Machado (2007), Canavilhas (2009) e Marinho (2011) já alertavam que a sociedade e a profissão do jornalismo estavam em mudança provocada por aquilo que Salaverría (2002) designou de “terramoto digital”. Para corresponder às mudanças, os autores sugeriam que as instituições do ensino do jornalismo reformassem os seus planos de formação para responder a nova realidade.

Nestas reflexões importa realçar o raciocínio da Marinho (2011), segundo o qual as instituições de ensino de jornalismo são apenas os “servos” da sociedade e da profissão jornalística. Se elas estão em mudanças então cabe a formação corresponder às suas tendências.

A uniformização do modelo de ensino de jornalismo só faz sentido em contextos sociais onde o jornalismo tem uma tradição centenária e que atingiu a maturidade, o caso de sistema de Bolonha na Europa. No contexto de sociedades africanas, ainda na fase inicial de formação e práticas jornalística, pode-se concordar com os argumentos da UNESCO, segundo os quais, a formação de jornalistas africanos deve enfatizar os aspetos sociais, culturais, políticos, legal, ética jornalística e incluindo o aspeto tecnológico.

As propostas da UNESCO de formação e práticas jornalísticas para os africanos partem do pressuposto que os media e o jornalismo africano devem ganhar uma identidade própria e responder às emergências dos seus contextos sociais, políticos, culturais e económicos.

4.8. Ética no jornalismo digital

O desenvolvimento do jornalismo digital tem intensificado nos últimos anos como objeto de investigação académica. As abordagens variam desde mudança do perfil do profissional, formas de produção, formas de distribuição, uso das ferramentas nas atividades profissionais dos jornalistas entre outras. Mas uma das questões que deve ser tratada como complemento de todas as investigações académicas seria a questão da ética no jornalismo digital.

É fundamental a abordagem ética para a melhor discussão e compreensão da credibilização do jornalismo digital e do desenvolvimento da atividade jornalística dentro da conduta socialmente desejada, porque as questões éticas no jornalismo significa, acima de tudo, respeitar os padrões de boa convivência entre os membros da comunidade humana no que diz respeito ao tratamento de informação de interesse público. (Bucci, 2000:32).

Um código de ética é fundamental para a classe jornalística, pois ele diz respeito ao conjunto de princípios de conduta profissional aceites e controlado pelos próprios jornalistas.

tas. É uma forma da indústria mediática se proteger a si própria e das críticas externas. (McQuail, 2003: 153).

A discussão em torno da ética no jornalismo digital traz a velha questão de como lidar com as fontes de informação da Internet; como contornar a questão do anonimato e da falsa identidade de algumas fontes? A questão da privacidade? A veracidade das informações e a confiabilidade dos dados obtidos? (Friend & Singer, 2007: 199).

Alguns destes questionamentos ainda não foram abordados com profundidade, daí então, é necessário repensar o jornalismo digital e tentar enquadrá-lo no mundo onde o cidadão já aparece como produtor e distribuidor de conteúdos.

Contrariamente a afirmação de Fumeiro & Roca (2007:10), segundo a qual, a nova comunidade de usuários da Internet “rege-se abaixo dos princípios e valores éticos”. Na realidade tem demonstrado que a regulação ética no sistema digital interativo e social delega-se aos próprios usuários que lhes cabe a tarefa de estabelecer a boa conduta dentro da comunidade virtual. Os indesejados são banidos da comunidade, situação que veio dar origem ao neologismo inglês “unfriend”, ou seja, o indesejado.

Bucci (2000) previne que apesar da euforia proclamada em torno do jornalismo digital há que acautelar-se face aos potenciais conflitos trazidos pelos novos meios, o que poderá trair a confiança do usuário e degenerar-se na descredibilização do profissional de comunicação e o autor cita:

“ (...) O jornalismo responsável na Internet requer que a distinção entre notícias e outras informações seja sempre clara para que os indivíduos possam diferenciar conteúdo editorial de promoções pagas e outras não-notícias”. (Bucci, 2000:125).

Além de potenciais conflitos e perda de confiança, Noci & Ayerdi (1999), acautelam quanto ao direito autorais nos trabalhos publicados no jornalismo digital, sejam eles vídeos, textos, imagens, sons, etc. Porque as atuais leis sobre os direitos do autor são insuficientes para fazer frente aos desafios trazidos pela Internet, se se reparar que uma obra jornalística é uma obra unitária composta por outras obras de autores. Por isso, há que haver muita cautela quanto aos direitos do autor e aonde terminam. (Noci & Ayerdi, 1999:102-105).

Muitas são as regras que devem ser estabelecidas para o exercício ético no jornalismo digital. Poynter Institute (2010) ao inventariar as áreas do jornalismo digital que precisam de um novo quadro regulatório aponta as seguintes: regras do uso de redes sociais por jornalistas; o equilíbrio entre a vida pessoal e profissional nas redes sociais; criação de amigos e ser seguidor de alguém numa rede social; permissão ou não do jornalista criar *blog* pessoal; edição de conteúdos gerados por usuários, etc.

É fundamental a existência de um guião ético, sobretudo, quando entra neste cenário o novo protagonista do jornalismo. Por isso, a sua discussão e elaboração deve ser feita com ativa participação da audiência e de acordo com o contexto social. (Poynter institute, 2010: 5).

O jornalismo digital coloca outros desafios éticos para os seus profissionais. Certamente numa era em que a Internet implica novas posturas, o jornalista tem a responsabilidade de explorar o novo potencial como parte do seu dever, preservando os valores mais altos da sua profissão como a verdade, a imparcialidade, a objetividade e a democracia. Estes valores são considerados ingredientes requeridos nos novos media. (Poynter institute, 2010: 10).

Uma das urgências de um guião ético prende-se sobretudo com os conteúdos gerados pelos usuários. Os referidos conteúdos tem o potencial de contribuir para o enriquecimento de informação jornalística, amplia a liberdade de expressão, aprofunda o entendimento de temas, agrega a diversidade de vozes e opiniões numa empresa jornalística. Assim sendo, há necessidade de elaborar princípios e valores que guiam essa relação, preservando-se contra os conteúdos obscenos, ataques pessoais, violação da privacidade, estigmas raciais e étnicos, violação dos direitos do autor e marcas, etc. (Poynter institute, 2010: 29-31).

Apesar de haver tentativa de avanço do código ético para o jornalismo digital, Quadros (2006: 66), afirma que dez anos depois da implantação do jornalismo digital, o jornalismo praticado na Internet ainda não “concluiu a sua fase de transição da esfera tradicional para a digital”, porque a evolução das tecnologias digitais é muito mais rápida que a vontade empresarial de incorporar a TIC nas organizações jornalísticas. Esta afirmação quer traduzir a ideia de que o código ético para o jornalismo digital ainda é um campo aberto devido ao seu processo evolutivo ainda não terminado.

Quadros (2006), Alves (2006) e Zamith (2008) concluem que muitos meios digitais não exploram as potencialidades da Internet, enquanto os que tiveram a ousadia de avançarem para redações autónomas e nativas do digital, têm a responsabilidade desafiadora de colocarem em práticas as profecias dos especialistas do jornalismo digital.

Diante deste quadro teórico é possível concluir que ainda hoje existem desafios por enfrentar no jornalismo, sobretudo na problemática da ética profissional. Mas para se compreender o jornalismo digital em contextos culturais diferentes, o subcapítulo que se segue apresenta a relação entre os media e as culturas.

4.9. Conclusão do quadro teórico

O quadro teórico acima apresentado oferece grandes contributos dos académicos da área de jornalismo digital, na iluminação dos conceitos e os respetivos posicionamentos. Neste debate, o eixo central das discussões gira em torno de dois grandes grupos: os defensores da descontinuidade do jornalismo e os da continuidade.

Ao longo da abordagem teórica, três aspetos detêm a nossa atenção: a crise do jornalismo impresso; a erupção do jornalismo digital e a readaptação do currículo de formação de jornalistas.

Autores como Mayer (2007), seguido por Hufmann (2009), Young (2010) e Tuyll (2010) são claros nas suas ideias que os jornais estão a viver um momento de crise sem precedente, caracterizada pela diminuição de número de leitores e quedas das vendas. Essa observação é corroborada por Edmond (2012) e Smithson (2013) quando representam o declínio de venda de jornais no Reino Unido e EUA.

O declínio de venda de jornais não é percebido como o fim do jornalismo. Bardoel (2002), Palácios (2003), Pinto (2004), Salaverria (2010) sublinham que o jornalismo está a viver momentos de adaptação a multiplataforma de comunicação criado pelas tecnologias.

Ao longo do referencial teórico, Torres (2004) chama particular atenção para as potencialidades dos media digitais abrirem uma nova era de relacionamento com os usuários ou mesmo entre organizações jornalísticas. Já não se trata o usuário como uma massa anónima e inativa. São pessoas que valorizam, sobretudo, a individualidade e a sua au-

tonomia de decisão. Deste modo, a informação individualiza-se e democratiza-se, enfim, o jornalismo caminha para aquilo que se designa de “jornalismo de proximidade”. E é neste ponto que mais adiante irá se discutir a necessidade de competitividade entre os media públicos e privados no sentido da sua inculturação.

No que concerne ao ensino de jornalismo, Vivar & Arruti (2001), Gil (2005), Canavilhas (2009) e Marinho (2011) defendem a reforma curricular do ensino do jornalismo face aos avanços do jornalismo baseado na Internet e multiplataformas de comunicação. Os autores dão um contributo valioso neste debate quanto às áreas de reformas, insistindo particularmente numa formação orientada no aspeto prático de manipulação de tecnologias de comunicação.

O fenómeno de mudanças no campo de jornalismo não é exclusivo dos países ocidentais. Os países africanos começam a ressentir-se das mudanças no jornalismo tanto nas redações como na formação de jornalistas. Neste último aspeto abordaremos com detalhes, mais adiante, porque as mudanças dos planos curriculares devem ter em conta os contextos culturais de cada sociedade.

O quadro teórico assim apresentado está repleto de grandes contribuições académicas e oferece as luzes necessárias para iluminar o nosso objeto de estudo e esclarecer as várias categorias do fenómeno ligado às características do jornalismo digital que a seguir são descritos.

CAPÍTULO V: ELEMENTOS CARACTERÍSTICOS DO JORNALISMO DIGITAL

O jornalismo digital possui características próprias que o diferencia do analógico. As novas tecnologias de comunicação têm contribuído continuamente para a incorporação de elementos novos de funcionamento do jornalismo digital. A sua abordagem neste trabalho visa caracterizá-los e descrevê-los de modo a responder a seguinte pergunta: Quais são os elementos característicos do jornalismo digital e como é que funcionam?

Depois de termos sido visto no quadro teórico a contribuição académica sobre o fenómeno do jornalismo digital, a abordagem que se segue apresenta os elementos característicos do jornalismo digital, noutra designação, as características do jornalismo digital e as suas funcionalidades.

Os elementos característicos criam o diferencial em relação ao jornalismo analógico e apresentam potencialidades que abrem espaço para uma maior horizontalidade de comunicação e proximidade com os usuários, através da interatividade. Além disso permitem a partilha de conteúdos, recuperação da informação da memória, atualização constante das notícias e distribuição em multiplataformas.

Do ponto de vista de Kautsky & Widholm (2008), o jornalismo digital possui características que marcam uma diferença em relação ao jornalismo clássico. A evolução do modelo digital é imparável e caminha para a convergência de sistemas. O jornalismo praticado na internet não é uma mera transposição do jornal em formato de papel, mas é uma fusão das características da rádio (som), da televisão (imagem), do jornal (texto) e de outras características geradas e incorporadas pelo meio digital.

Noci & Ayerdi (1999: 17-18), não têm nenhuma dúvida que o jornalismo tradicional está a sofrer um recuo nos últimos tempos, que resulta do processo de transformação da forma de comunicação.

Para analisar os mistérios do fenómeno digital no jornalismo, Torres & Américo (2003:49-50) apelam para o estudo aprofundado, pelo facto desta nova modalidade de comunicação romper com o conceito de rotas pré-fixadas. Trata-se de um modelo de comunicação projetado para o nível global, com maior celeridade e maior alcance em relação aos meios tradicionais. Além destes apelativos, o jornalismo digital chama atenção para as cinco características que apresenta.

- A apelação sensorial multimédia,
- A rutura da linearidade,
- Desaparecimento das rotas pré-fixadas no tráfego de informação,
- A elasticidade da sincronia,
- E a interatividade.

Os cinco elementos que caracterizam o jornalismo digital, Marcos (2003:242-246) designa-os de “características do discurso digital”. No entender do autor, as cinco características condicionam tanto a estrutura das informações, funcionamento, bem como a forma de apresentação visual e gráfica.

- Multimedialidade**- na rede de internet os jornais transformaram-se em multimédia, onde o texto se mistura com o som e imagens dinâmicas. As notícias se convertem em objectos informativos digitalizados que assumem a forma visual.
- Hipertextualidade**- Esta característica constitui a base da mudança da maneira de apresentação e leitura da informação na Internet. Graças a hipertextualidade os jornais digitais adquirem a dimensão de profundidade e se amplia para limites inimagináveis.
- Instantaneidade**- a atualidade ganha contornos no meio digital. Ela adquire uma dimensão nova pelo facto de se transmitir em tempo real.
- Interactividade**- Na interactividade o usuário ou receptor deixa de ser um sujeito passivo no processo comunicativo
- Universalidade**- a informação passa a ser de dimensão global e corre à velocidade da luz. Na rede deixam de existir barreiras nem distâncias.

Palácios (2003) sublinha que os elementos característicos do jornalismo digital não traduzem necessariamente uma exploração integral das suas potencialidades pelos *sites* jornalísticos quer por razões técnicas quer por questões de aceitação no mercado de consumidor. Portanto estas potencialidades podem ser utilizadas com maior ou menor escala ou de forma indiferente.

Não restam dúvidas que o aparecimento dos elementos característicos do jornalismo digital traz benefícios sem precedentes como: redução de custos de impressão e de distribuição; actualização contínua e quase em tempo real e fuga à pressão dos grandes *lobbies* de vendedores. Uma das grandes vantagens do jornalismo digital é de competir em

batalha de velocidade e com uma atualização permanente, de maneira que resulta mais atraente relativamente ao seu antecessor impresso. (Larequi et al. 2000: 20-21).

Ora transformar o jornal impresso em digital permite ultrapassar outros obstáculos que até aqui eram considerados intransponíveis no sistema analógico que Noci e Ayerdi (1999: 21-23) os descrevem de seguinte modo:

- Incapacidade dos jornais aumentarem e manter substancialmente o número de leitores, devido aos esgotamentos das fórmulas tradicionais em oferecer ao leitor a informação que ele, de forma interactiva possa seleccionar de acordo com o seu interesse;
- Aumento da informação, que o formato tradicional não podia mais acomodar,
- Diversificação da actividade empresarial comunicativa, as empresas transformaram-se em multimédia, aliam entre elas e estendem o ramo das suas actividades para outras áreas;
- Avanço técnicos, especialmente, no campo dos computadores, maior capacidade de processadores, de armazenamento, redução dos custos que tornaram os produtos informáticos mais populares.

Para Vivar & Arruti (2001:111) está claro que os jornais devem encarar os novos desafios da informação. Ou mudam ou morrem, pois os meios que não mudam sujeitam-se a ficar atrasados tecnologicamente e, conseqüentemente, ultrapassados na competitividade e com forte probabilidade de se extinguir no mercado de produção de conteúdos.

O passo importante para o início do jornalismo digital, aproveitando os elementos técnicos que a Internet oferece é a planificação. Ela deve ser realizada por um conjunto de pessoas representantes da organização jornalística, assim como dos seus beneficiários, cujo objetivo é analisar as necessidades, quer da organização quer dos usuários.

5.1.Arquitectura de informação

De acordo com Lopez *et al.* (2003) o conceito de arquitetura de informação foi criado por Richard Wurman em 1962 no seu livro intitulado “arquitetura de informação”, que trata da questão estética e gráfica de página *web*. A arquitectura de informação permite ao usuário navegar, recuperar e encontrar de forma fácil a informação que deseja. Ela

desenvolveu-se mais quando a *web* converteu-se num sistema de conhecimento universal.

O arquiteto de informação cria o mapa da estrutura de informação que permite aos outros encontrar caminhos pessoais do conhecimento. Mas quando a Internet se desenvolveu, o conceito de arquitectura de informação foi capturado e passou a significar o “desenho das organizações, etiquetado, navegação, e sistemas de busca para ajudar as pessoas a encontrar e gerir informação mais adequada”. (López et al, 2003: 198).

No jornalismo digital, a arquitetura de informação não só adapta os géneros jornalísticos tradicionais, também oferece novas formas de narrativas jornalísticas. Marcos (2003) alerta que o ecrã pode dificultar a leitura das informações, porque a tela é mais lenta do que no papel. Por isso, os usuários não realizam uma leitura mais profunda dos jornais digitais, cujo tempo de consulta dura um pouco mais de sete minutos. Por isso, a forma adequada de apresentar as notícias não deve superar $\frac{3}{4}$ de ecrã. (Marcos, 2003: 240-241).

Apesar de assinaláveis transformações no jornalismo digital, sobretudo no que tange aos elementos característicos como a interatividade, multimedialidade, hipertextualidade, instantaneidade, memória, serviços de partilha e personalização, ainda falta muito por se fazer no aspeto interno, particularmente na organização da redação, na adaptação tecnológica e no estudo do comportamento do usuário.

A arquitetura de informação na Internet ou nas páginas noticiosas da Internet pressupõe o planeamento que tenha em conta vários fatores físicos, visuais e psicológicos. E não se pode avançar para o desenho da página *web* sem o agendamento destes elementos. Nolan (2003) sugere que uma planificação de arquitetura de informação que contemple:

- Os potenciais utilizadores da página Web, elaborando uma lista de potenciais utilizadores;
- Organização da área de conteúdos por assunto;
- Planificação da estrutura de navegação;

A planificação, de acordo com Webmastering (2013) inclui também a organização de redação que contemple a seguinte estrutura de gestão organizacional:

- **Redator-chefe**- Encarregue em gerir os conteúdos do *site*, de modo a responder as expectativas dos usuários.
- **Webjornalistas**- encarregue de redigir os textos digitais
- **Programador** – conceber e desenvolver as partes dinâmicas do *site*
- **Diretor artístico**- coordenar as criações artísticas para traduzir as ideias dos clientes numa dimensão multimédia
- **Infografia**- elabora os elementos gráficos do *site* (ilustrações, esquemas, logotipos, etc.)
- **Web designer**- concebe o aspeto gráfico do site
- **Ergonomista**- concebe interface utilizável para maximizar a facilidade de utilização do site e fidelizar os usuários
- **Animador da rede**- visa garantir o bom funcionamento dos espaços interativos.

Vivar & Arruti (2001: 155) propõe um modelo de publicação na *Web* que contemple a estratégia de comunicação interativa, pois uma página *Web* bem estruturada e interactiva permite dispor com clareza os conteúdos e abrir-se à participação dos usuários.

Antes de iniciar o processo da arquitetura de informação há que ter em conta os seguintes aspetos. (Vivar & Arruti, 2001: 156):

- Conhecimento de variedade de conteúdos,
- Recursos (documentos, bases de dados, programas, etc.),
- Resultados de estudo e investigações,
- Proposta de trabalho ou exercício,
- Espaço de reflexão e debate,
- Espaço de trabalho cooperativo e,
- Resolução de dúvidas,

A decisão de hierarquizar a informação está sempre nas mãos dos responsáveis da redação digital. É o responsável de conteúdos que decide qual é a notícia de destaque e qual é a secundária. Os arquitetos de informação devem conhecer as previsões dos editores e as necessidades dos usuários a quem vão dirigir a informação. (Lopez et al.2003:209-210).

Palácios e Noci (2007) dão uma visão esclarecedora da arquitetura de informação, sem discordar com Vivar & Arruti (2001) e nem com López *et al* (2004). De acordo com os autores, o conceito de arquitetura pressupõe a implantação de um sistema de gestão de conteúdo, em inglês denominado por *Content Management System*, que desempenha a função de “solucionar os problemas de relações entre os elementos solicitados pelos usuários e os produtos criados pelo jornalista”.

Antes da existência da Internet, o conceito de desenho já era muito comum. Este integrava tanto os elementos que compõe a estrutura gráfica de um jornal como os princípios básicos e psicológicos envolventes para atração do leitor. Palácios e Noci (2007) já se referiam dos tais princípios básicos: i) a navegação da leitura; ii) a multimedialidade; iii) a profundidade de conteúdos e; iv) a Arquitetura de informação.

Hoje em dia, graças às novas ferramentas informáticas, especialistas de desenho de páginas Web tem aconselhado a ter em conta os objetivos da página Web, de modo a não perder o foco e o alcance. Webguru (2010) aconselham 5 passos simples, antes da criação de uma página Web: definição dos objetivos da página, simplicidade, consistência, acessibilidade e navegação. (Webguru, 2010: 15-16).

O jornalismo digital não deve prescindir-se de três aspetos: conteúdo, acessibilidade e a estrutura da página. (Palácios e Noci, 2007):

1. Conteúdos

- Página principal da versão impressa,
- Motor de busca,
- Secção da última hora,
- *Scroll* de informação em tempo real,
- Ícone aplicado para as línguas do conteúdo,
- Elementos de multimédia (flash, vídeo ou áudio),
- Personalização de conteúdos (RSS, *Facebook*, PDA, PDF, etc.),
- *Banner* de publicidade,
- Imagens estáticas e dinâmicas,
- Anúncios e classificados,
- Diversão (jogos, passatempo, comércio eletrónico, necrologia).

2. Acessibilidade e navegação

- Motor de busca interno e externo,
- *FAQ*,
- Mapa do *site*,
- Hipertextos internos e externos relacionados com o texto,
- Requerimentos técnicos especiais (PDF, *Quick time*, *Acrobat read*, etc.),
- Possibilidade de interação (Correio eletrónico dos jornalistas, redatores, comentaristas, chat, blog, inquérito, votação de artigo, *upload*, envio de colaboração, etc.),
- Outras hiperligações relacionadas,
- Erros detetados.

3. Estrutura da página

- Esquema da estrutura do ecrã,
- Menu vertical/horizontal/misto,
- Integração de elementos gratuitos como (*Youtube*, *Google Maps*, *Blogger*, e outras descargas gratuitas, etc.

Sublinhando a questão da acessibilidade e navegação, existe uma tentativa de normalização das páginas *Web*, de modo torna-las disponíveis aos usuários de forma simples, fácil e autónoma. Além destes aspetos, a acessibilidade e navegação não só visa descomplexificar os conteúdos, mas também permitir que as pessoas portadoras de deficiências tenham acesso aos conteúdos da Internet.

As normas são criadas pela World Wide Web Consortium (W3C), uma comunidade de internacional constituída por equipas que buscam desenvolver protocolos e diretrizes que garantem o padrão e o crescimento da *Web*. Ela desenvolve orientações técnicas com vista a maximizar consenso sobre acessibilidade e navegação nas páginas *Web*. (World Wide Web Consortium, s/d).

De acordo com Brasilmedia (s/d) acessibilidade deve contemplar princípios básicos que tenham impacto no “*design* e visual” da página *Web*:

- a) **Forneça texto alternativo apropriado**- ou seja, conteúdos não textuais como imagens, gráficos, infografias, etc. Especialmente para facilitar o acesso aos conteúdos as pessoas portadoras de deficiência,
- b) **Forneça cabeçalho para todos os dados**-aplicável para casos de organização de tabelas, que eles tenham relação entre si,
- c) **Assegure que os usuários possam completar e enviar formulários**-que a página web certifique aos usuários o envio do formulário e recupere a informação caso ocorra qualquer erro, tal como no caso de não preenchimento de alguns dos campos necessários obrigatórios,
- d) **Certifique-se que os links fazem sentido para o contexto**-cada *link* deve fazer sentido se o texto do link é lido por si mesmo, evitando o uso das expressões como “clique aqui”, “leia mais”, etc.
- e) **Assegure padrões de acessibilidade ao conteúdo para arquivos**-as páginas web devem oferecer os arquivos em formatos PDF, Vídeo, power point, adobe flash player, etc.
- f) **Permita que os usuários pulem os elementos repetitivos na página**,
- g) **Assegure conteúdos sejam escritos de forma clara**.

Salaverría & Sancho (s/d) afirmam que nos últimos anos tem havido melhorias nos modelos de páginas digitais noticiosas. Tais melhorias dizem respeito aos elementos de beleza, estética, equilíbrio, coesão e coerência dos seus diversos elementos como, por exemplo:

- a) Os elementos hipertextuais que permitem conectar os diversos elementos no texto,
- b) Meta-informação-emprego de muitos recursos para potenciar a visibilidade dos documentos por parte dos usuários,
- c) Elementos interativos que possibilitam a abertura do meio a participação dos usuários nos comentários e elaboração de conteúdos,
- d) Elementos da multimídia que combinem texto, imagem, som para tornar o texto jornalístico mais interessante e,
- e) Multiplataforma- desenho de conteúdos que possam ser lidos em diversos formatos e suportes de recepção.

Palácios & Noci (2007) defendem a arquitetura de página Web flexível. Ela não deve ser taxativa, pois encontram-se em curso novos estudos relacionados com o desenho da estrutura da página Web de notícias e experimentos de incorporação de interface de fornecimento de conteúdos para outras plataformas como telemóveis, o uso da fotografia digital na página, sistemas de alerta personalizada de novos conteúdos, (*feed RSS*), etc.

5.1.1. Disposição textual

Na comparação entre uma redação clássica e a digital nota-se que os textos jornalísticos concebidos para um jornal em papel não se adaptam nas estruturas do jornal digital. A sua transladação para o ambiente digital tornam-se demasiados extensos, fato que obriga ao usuário a abrir muitas janelas de texto, o que o desorienta na sua leitura e na captação de informação essencial para o seu conhecimento. (Salaverría, 1999:13).

A solução-chave para economia de espaço na página Web passa pela redução de texto para acomodá-lo no ambiente digital. Desta dificuldade, conjugada com outros fatores, resulta a aplicação da pirâmide invertida, defendida por Canavilhas (2006). A nova forma de estrutura textual, não só comporta os elementos da escrita, também incorpora novos recursos jornalísticos como, os hipertextos, a multimédia e interação. Mas, particularmente, a hipertextualidade quebrou a barreira de espaço e das redundâncias textuais. Nela, as notícias aparecem numa sequência de blocos de informação.

Mas Lopez *et al.* (2003: 200-210), para a questão da composição textual, propõe a seguinte forma de disposição textual numa página Web noticiosa, aquilo que eles designam de “unidades mínimas de acesso à informação”:

a) **Titulo**-pode ser título de uma notícia ou antetítulo, um subtítulo, um sumário ou nome de uma secção. Normalmente o título serve de entrada, o passo obrigatório para chegar a informação final. Uma informação pode ter vários títulos ou várias formas de entrada graças ao hipertexto. Além disso, o título converte-se em uma ponte de relacionamento com os conteúdos paralelos que compõe uma informação e ele deve ser claro e conciso em sua estrutura interna.

b) **Linha de crédito**-trata-se da assinatura do autor do texto, pois em qualquer crônica jornalística, independentemente do suporte em que estiver publicado, o nome e o lugar do jornalista indica ao leitor o responsável que escreve o texto desde um lugar determinado. No jornalismo digital, o nome do jornalista e o lugar da informação converte-se em elementos para a recuperação da informação, já não são informação do contexto.

c) **O corpo**-o corpo da informação e constituído por elementos textuais que respondem as perguntas tradicionais de notícias: o quê? Quando? Aonde? Como? Quem? O corpo é o esqueleto de toda a informação e é combinável com outros elementos como infografias, multimédia ou qualquer documento que se considera adequado em cada momento. Portanto, existem várias maneiras de estruturar um corpo de uma informação. Alguns autores defendem o uso das estruturas básicas dos relatos (pirâmide invertida).

d) **Infografia**-Se existem algum elemento jornalístico, tanto impresso como audiovisual, que sofreu grandes transformações foi a infografia, ou seja, a possibilidade de interagir com a informação gráfica, que pode combinar de forma conectada e eficaz o movimento, som, fotografia, vídeo e texto, implica criar uma nova forma de contar a história. A infografia realiza-se normalmente com a linguagem de programação Flash, graças a concepção de uma informação como um filme interativo, o usuário pode dispor em todo o momento de um ponto de vista, às vezes, mais eficaz que o próprio texto.

e) **Recurso multimédia**-são aqueles elementos que não são textuais e que podem combinar com uma fotografia, uma galeria de imagens, um documento sonoro ou um documento audiovisual

Graças a esta forma de disposição textual e de incorporação de recursos característicos da internet, atualmente o jornalismo digital está bastante avançado relativamente aos seus predecessores de natureza transpositiva. As páginas *Web* são mais simples; fácil navegação; apresentam conteúdos interessantes, têm alto nível de visualização e interatividade, oferecem muitas opções para os usuários, etc. (Rosales, 2006:4).

Muito além de pirâmide invertida, da multimedialidade e da hipertextualidade, o jornal digital deve ser um local de longa permanência ou de visita contínua para os usuários. Para isso, Moherdaui (2008) propõe a composição de páginas de informação digi-

tal mais dinâmica e “ não uma série de telas estáticas”. O autor sugere a contemplação dos seguintes elementos:

- 1) Exibição de estatísticas (matérias mais lidas, mais comentadas, mais enviadas por e-mail, ou nuvens de assuntos relacionados); 2) ferramentas de interatividade e de serviços (*SMS*, *RSS*, *newsletter*, *podcast*, personalização, comentários, enquetes, correcções e fale connosco, entre outros), formatos de conteúdos (*links* relacionados, *blogs*, páginas especiais, reportagem multiforme, texto multilinear, pacotes multimídia, comunidades e *open source*); 3) multimídia (áudio, vídeo, *slide show*, infográfico animado, fotos e galeria de fotos); 4) área de registo e *login*; 5) versões analógicas dos jornais, rádios ou emissoras de tevê; 6) sistema de busca avançado (por data, texto e multimídia); 7) resolução de tela (a maioria apresenta configuração 1024); 8) acesso ao conteúdo se dá por *rato*; 9) menus são predominantemente horizontais; 10) serviços pagos e gratuitos; 11) anúncios de mídia rica e estáticos (como os links patrocinados). (Moherdauí, 2008).

De acordo com Larequi (2005), não basta ter conteúdos, é necessário saber apresentá-los aos usuários. Para isso, existem cinco critérios básicos para a criação da página Web atrativa, compreensível, útil, eficaz e navegável:

Compreensão-Os elementos gráficos devem ser identificáveis para a visão e os conteúdos devem ser claros para que o usuário entenda a mensagem

Útil-Este critério corresponde a utilização de recursos como cor, hiperligações devem obedecer uma função determinada para fixar o percurso visual do leitor pelos limites pré-fixados pelo desenhador da página Web

Eficaz-No contexto do aspeto gráfico, pois todo o desenho gráfico tem que comunicar algo

Navegáveis-As páginas Web devem facilitar a navegação do usuário pelos conteúdos e pelas secções, dotando a página Web de uma linha visual uniforme.

Os cinco critérios de apresentação de conteúdos não são normativos. Na Web a arte muda de acordo com as características do meio, (Larequi, 2005).

Três elementos são fundamentais na apresentação visual de *website* noticiosa:

- Uso de recursos multimédia (texto, som e vídeo) -a utilização destes recursos transforma o usuário em leitor, ouvinte e telespectador,
- Uso de hipertexto,
- Uso da cor.

Rosale (2006:12) recomenda alguns princípios orientadores que tornam a página *Web* de notícias num espaço de conforto e de leitura animada:

- 1- Evitar animações exageradas,
- 2- Facilidade de pesquisa e navegação,
- 3- Facilidade de regresso à página principal,
- 4- Limitar o uso exagerado de fontes e cores,
- 5- Evitar o uso exagerado de *hyperlinks* numa página,
- 6- Maximização do uso de feedback,
- 7- Emprego de *RSS Feed (really Simple Syndication)*,
- 8- Uso de *blog*,
- 9- Criar ferramenta de pesquisa e mapa do *site*,
- 10- Criar galeria de fotos e fórum de discussão,
- 11- Uso de *banners* no topo de página,
- 12- Registo dos usuários,
- 13- Testagem da página antes da publicação.

O uso correto dos princípios pode tornar o *site* noticiosa meio de sucesso, socialmente interessante. Mas existem outros recursos de grande interesse para animação de conteúdos noticiosos, as infografias. (Rosales, 2006).

Uma vez construída a página *web* de um jornal segue então todo o processo de produção de conteúdos. O processo de produção no modelo tradicional de jornalismo resumia-se em três fases: produção, circulação e consumo. Hoje em dia, o jornalismo digital está a transformar o processo de produção de conteúdos, seja ele radiofónico, televisivo ou impresso num novo processo de produção, que envolve sistemas complexos de fatores sociais e tecnológicos, situação que revela uma forma diferenciada de produção e distribuição de conteúdos jornalísticos em relação aos tempos passado. (Schwingel, 2005 e Erdal, 2007: 53)

Acreditava-se que a televisão e a rádio eram os meios de comunicação de grande credibilidade, o cenário tende a mudar nos últimos anos onde a Internet atingiu a mesma paridade com a televisão e rádio, em termos de credibilidade. Mas Schrøder & Steeg (2010) trouxeram à tona um novo estudo que revela que a informação noticiosa da Internet ganhou a mesma paridade de aceitação como a rádio e televisão.

Apesar do domínio das ferramentas tecnológicas de produção digital, o mais importante é o acordo social entre jornalistas e usuários, naquilo que Araújo *et al* (2009) descrevem nos seguintes modo:

“A rede veio também permitir que as próprias audiências se transformassem em fornecedores de conteúdos informativos, retirando aos meios de comunicação tradicionais o monopólio dessas funções”. (Araújo *et al*, 2009:70).

Em Araújo *et al* (2009), a participação do usuário no processo de produção de conteúdos tem vindo a ganhar mais espaço no jornalismo digital, de que são exemplos os conteúdos gerados pelos *blogs* no atentado em Londres, em Julho de 2005. Tais informações de *blog* transformaram-se imediatamente em conteúdos de valor notícia para os media tradicionais. O estudo de caso intitulado “*Big Media*” *meets de* “*Bloggers*” conduzido pelo *Kannedy School of Governament* em 2004, observou que as primeiras notícias do atentado apareceram em *blogs* e só mais tarde os media tradicionais deram seguimento.

Estes exemplos revelam o contributo dos “*user-generated content*” na produção de conteúdos, onde as informações mais actualizadas encontram-se nos *blogs* e não nos media tradicionais (Araújo *et al*, 2009:70).

Estudos levados a cabo por Garrison (1999) na Inglaterra, sobre as fontes de informação do jornalismo digital concluíram que a Internet é a principal fonte de recursos de informação, particularmente a informação providenciada pelas instituições governamentais e serviços comerciais.

Não restam dúvidas que o número de recursos informacionais para a produção de notícias aumentou de forma exponencial na Internet. Para Pinto (2000), o aumento resulta das transformações provocadas pela Internet, isto é, aumento de informação disponibilizada na Internet pelas instituições e indivíduos com propósitos diferentes. Mas o autor

alerta que a excessiva quantidade de informação, se não tiver o tratamento jornalístico, vai provocar aquilo que o autor designa de “desintermediação”. (Pinto, 2000: 289)

Em termos práticos, Sousa (2006) apresenta cinco etapas de produção de conteúdos digitais para um *website* noticioso:

- Pesquisa- é a fase de levantamento de informações, seja em publicações impressas, Internet, entrevista ou outra fonte;
- Organização da informação-disponibilizar as informações de forma lógica, considerando a estrutura do *site* e as necessidades da audiência;
- Redação- redigir as informações em linguagem clara e concisa, com textos curtos e títulos chamativos;
- Edição e revisão-verificar se existem erros nos textos, efetuando possíveis cortes para deixá-los enxutos. Selecionar as imagens que serão anexadas ao texto, verificando se é possível substituir partes destes por elementos visuais;
- *Web designer*-formatar o texto para adequá-lo ao layout do site, inserindo as imagens que acompanham os textos, mas evitando que os elementos visuais prejudiquem a navegabilidade.

Não basta a transição para o jornalismo digital e aproveitamentos das potencialidades que este tem, pois é necessário ter habilidades de escrever numa nova plataforma. Escrever para a *Web* e escrever para a imprensa são coisas diferentes, porque as pessoas lêem de forma diferente em cada plataforma de recepção de informação.

A barreira mais significativa para quem escreve para a *Web* é a comportamental. Os avanços tecnológicos nunca poderão quebrar essa barreira. Qualquer pessoa que tenha observado, testado, ou estudado a problemática da leitura *online* concorda com o facto de as pessoas terem um comportamento diferente quando estão em *online*.

Uma das preocupações dos profissionais de comunicação é realmente como escrever para a *Web*. De acordo com Vivar & Arruti (2001: 141-142), as regras para compor texto na *Web* devem conter os seguintes parâmetros.

- Quando se envia mensagem, há que seguir uma certa ordem,

- Quando se escreve para uma publicação digital, os parágrafos devem conter entre quatro a cinco linhas, escrever mais linhas pode causar cansaço na leitura,
- Deve-se escrever com uma linguagem de máxima correção tendo em conta o perfil de audiência a que se dirige,
- Ser preciso e conciso nos textos,
- Deve-se evitar a utilização da maiúscula.

Guillermo Franco, do Centro *Knight* para o Jornalismo nas Américas, da Universidade do Texas em Austin, apresenta um livro de redação para *Web*. O livro traz exemplos práticos sobre como escrever para publicações *online* e como pesquisar a partir de outras fontes. O autor considera a obra o ponto de partida para um guia mais abrangente sobre a escrita na *Web*.

Devido à erupção de novos interlocutores, novos canais, novas fontes de informação, novos suportes e a diversidade de propostas de produção de conteúdos em jornalismo digital, Salaverría (2003) invoca a necessidade de uma proposta uniformizadora de processo de produção em jornalismo digital.

No estudo conduzido por Salaverría (2010) sobre a produção *online* em algumas redações espanholas com origem na Internet revela que a questão da qualidade de conteúdos produzidos não constituía nenhum problema. Os vídeos, textos interativos, fóruns de discussão, atualização constante eram todos inovadores. No entender do autor, as equipas de produção devem ser constituídas por profissionais formadas em tecnologias de comunicação e informação como, por exemplo, *Web designers*, produtores de multimédia e outros profissionais técnicos.

O estudo conclui também que o grande problema das redações “nativa do digital” eram as crescentes tensões com as direções das redações onde se reclamava a reorientação dos portais informativos. Portanto, tratava-se dos primeiros abalos de crise das redações digitais. (Salaverría, 2010:237).

Para Noci & Salaverría (2003: 18-22), o texto digital deve ser produzido especificamente para a plataforma digital e não deve ser uma transposição direta do meio impresso para o digital. As propostas dos autores têm grande interesse profissional, pois respon-

dem à demanda emergente do jornalismo digital, dado que os jornalistas não têm noção básica daquilo que é o fenómeno digital.

McQuail (2003) e Hufmann (2009) partilham o mesmo sentimento que a produção e distribuição de conteúdos digitais é um processo que está em contínua transformação, devido ao fenómeno de convergência de vária ordem.

5.1.2. Infografia

Infografia é um sistema gráfico que permite apresentar imagem, texto e gráfico em qualquer suporte de comunicação. (Schmitt, 2006).

De acordo com Schmitt (2006) a infografia tem muitas designações no contexto de jornalismo digital: infografia digital, infografia interativa, infografia on-line, infografia multimédia e infografia multimédia interativa.

Tem a designação de infografia digital porque tanto pode ser usada para o impresso como para o espaço *Web*, enquanto a designação de infografia interativa aplica-se exclusivamente para o ambiente digital, porque permite uma interação com o usuário. Tem o nome de infografia *online*, os gráficos criados para os jornais e disponibilizados para os media digitais.

O campo de aplicação de infografia é variado: nos catálogos empresariais, na ciência, na física, nas engenharias, nas estatísticas nas publicidades, nos *designs* dos produtos, manuais de instrução, etc. (Schmitt, 2006).

De acordo com Schmitt (2006), no campo de jornalismo a infografia é utilizada para visualização comparativa entre dados, localização de acontecimentos, representar ações ou factos da natureza ou da ciência. Em síntese, as infografias pretendem dar explicação com maior clareza alguns aspetos noticiosos tratados nos textos.

Segundo Ribas (2004), as infografias são informações gráficas, visual, cujo uso já remonta os tempos mais antigos da humanidade. Elas ganharam maior notoriedade durante a Guerra do Golfo Pérsico, 1992, quando tornou-se um recurso complementar às notícias.

No ambiente digital, as infografias são usadas como um dos recursos narrativos. Elas apresentam-se sob duas formas: como forma complementar de uma notícia ou como notícia em si. (Ribas, 2004).

A estrutura fundamental de uma infografia deve conter: título, texto, corpo, fonte e responde às questões básicas da construção de um texto jornalístico. As infografias aplicadas no jornalismo digital apresentam uma outra dinâmica e potencialidades proporcionadas pelo meio como o uso de recursos tipográficos, sonoros e visuais. (Ribas, 2004).

Ribas (2004) classifica as infografias em narrativas, instrutivas, exploratórias e simulatórias, como se descreve na seguinte tabela:

Quadro nº6: tipologia de infografias digitais

| TIPOLOGIA | OBJETIVO | CARACTERÍSTICA |
|----------------------|--|--|
| Narrativos | Explicam algo possibilitando ao usuário envolver-se com o propósito apresentado pela história. | Histórias (factuais, ficcionais, partidárias) contadas a partir de um ponto de vista. Incluem anedotas, histórias pessoais, de negócios, estudos |
| Instrutivos | Explicam algo habilitando o usuário a seguir sequencialmente o conteúdo. | Instruções passo a passo que expliquem como as coisas funcionam ou como os eventos acontecem. |
| Exploratórios | Dão ao usuário a oportunidade de explorar e descobrir o conteúdo e suas invenções. | Qualquer narrativa que permita ao usuário explorar ativamente o conteúdo para compreender o seu sentido. |
| Simulatórios | Permitem ao usuário a experiência de um fenómeno do mundo real. | Qualquer narrativa que permita ao usuário experienciar um acontecimento como se estivesse nele. |

Fonte: Ribas (2004)

Tanto Ribas (2004) como Schmitt (2006), partilham a mesma visão quanto às tipologias de infografia. O quadro nº6 de Ribas (2004) apresenta quatro tipologias de infografia aplicáveis para o jornalismo digital. Todas elas podem funcionar de forma combinatória quer para narrar os factos com analogias, comparações ou exemplos quer para ilustrar fatos científicos de difícil entendimento para o público leigo.

Ainda não existe muita discussão em torno das infografias como uma narrativa jornalística. Alguns defendem que são apenas representações visuais de uma notícia ou infor-

mação e para outros são narrações de factos jornalísticos por meio de gráficos. (Schmitt, 2006).

Para Ribas (2004) as infografias tanto podem ser uma narrativa jornalística por si só autónoma como podem servir de elementos de complementaridade.

A tese de complementaridade sobrepõe-se a de autonomia. As infografias, tanto autónomas como as complementares, elas agregam valor a Notícias por integrarem elementos sonoros, visuais, textuais, ou seja, elementos demonstrativos dos factos noticiosos.

Ribas (2004) e Schmitt (2006) são consensuais quanto às características das infografias. Para ambos, elas tem a utilidade de demonstrar acontecimentos numa relação de causa/efeito, bem como a reconstrução de factos.

Nos processos interativos noticiosos, onde o usuário assume o poder de construção do seu próprio percurso de leitura, as infografias possuem as potencialidades de limitarem ou alargar a trajetória de informação de usuário ou estabelecem uma relação de factos e assumem uma função didática.

Em suma, existem várias discussões em torno das infografias. De acordo com Ribas (2004) e Schmitt (2006), alguns autores consideram infografias como sendo um conjunto de “informações sucessivas realizadas mediante unidades elementares icónicas”. Outros autores consideram-nas como “hipertexto em si mesmo que proporciona organização e estrutura aos conteúdos”.

Seja como for, a ambiguidade conceitual entre os autores apenas indica-nos que se trata apenas de uma técnica complementar aos textos jornalísticos e de esclarecimento dos fatos noticiosos, opondo-se a ideia de infografia como sendo um jornalismo especializado.

5.2. Interatividade e participação

Machado (2009) tenta recuar no tempo para explicar a génese do jornalismo participativo, para em seguida estabelecer conexão com a interatividade do jornalismo digital. Para o autor, o jornalismo participativo remonta há muitos anos da história da imprensa em que a vocação da empresa jornalística era a formação de um público massivo de leitores e a publicação de informação. No período da estruturação das redações, no sé-

culo XIX, consolidou-se o modelo “centralizado” de produção de conteúdos, controlado por indivíduos especializados da profissão, ou seja, os jornalistas.

Pelo que se entende na reflexão de Machado (2009), o modelo “centralizado” de produção de conteúdos foi sofrendo alterações devido às mudanças sociais, sobretudo na relação de proximidade entre o jornalista e seu público ou entre jornalista e as fontes de informação. Hoje em dia, esta relação é reforçada pela incorporação das novas tecnologias de informação nas redações. E as consequências diretas desta proximidade, jornalista/cidadão é o surgimento da figura do cidadão participativo.

O despertar do cidadão participativo na crítica e produção dos conteúdos mediáticos abriu o campo do estudo de sociologia de comunicação e de conhecimento, nas décadas 60 e 70. (Borger, 2013: 118).

Outing (2005) apresenta algumas características da interação e participação do cidadão nos media: abertura do fórum de comentários e opiniões; criação da figura do cidadão/repórter; inclusão de *blog* de cidadãos nos media oficiais; etc.

Com a migração do jornalismo para a Internet, o jornalismo participativo ganha maior abertura nos media digitais, graças às novas ferramentas da *Web 2.0*, que abrem espaço de maior interacção e participação. Trata-se de ferramenta que está a contribuir fortemente no esbatimento da barreira entre as empresas jornalísticas e o cidadão.

Em termos técnicos há uma clara distinção na forma de grafia da palavra *Web*, com maiúscula e da *web* com minúscula. Para os autores a segunda forma da *web*, com minúscula, resulta da apropriação social da Internet “capaz de dar suporte e formar parte de uma verdadeira sociedade de informação, da comunicação e do conhecimento”, enquanto a *Web* com a minúscula, nasce na própria ação social e na interação com o novo contexto de jornalismo interativo. (Fumero & Roca, 2007: 10).

A terminologia *Web 2.0* foi criada para diferenciar a primeira da segunda fase da *Web*, embora não apresente muita novidade em relação a primeira versão. Contudo, *Web 2.0* é o mais difundido na indústria das tecnologias como sinónimo de *Web* colaborativo. (Schmitt *et al*, 2008: 3).

Na *Web 1.0*, os usuários apenas podiam abrir as páginas de um jornal digital e ler as informações e não podia interagir com elas. As páginas *web* obedeciam apenas a estrutura hierárquica, ou seja, ao editor cabia toda a tarefa da definição da pauta, ao jornalista a apuração dos factos e a elaboração das matérias e ao leitor reservava-se ao consumo. (Schmitt et al, 2008: 6, Nora, 1995:39).

O aparecimento da *Web 2.0* aplicado ao jornalismo digital resultou numa nova forma de consumo de produtos jornalísticos e que transformou o usuário como parte do processo de produção, partilha e distribuição de informação. A interacção, colaboração, produção, relacionamento e conversação, transformaram a *Web 2.0* em prática do jornalismo digital baseado em comunidade, colaboração e auto-organização, (Schmitt et al, 2008: 6).

De acordo com Cardoso (2009), numa abordagem mais genérica, afirma que o novo paradigma de comunicação criou a figura do utilizador como “fomentador de inovação e inovador nos conteúdos de media a serem lidos” mais adiante, o autor esclarece que a inovação de conteúdos deve ser entendida como uma participação e influência dos usuários nos padrões de consumo. (Cardoso, 2009:40).

A inovação do usuário no jornalismo colaborativo é favorecida pelas ferramentas do *Web 2.0*, em que o usuário deixa de ser um recetáculo passivo de informação e passa para o “centro da própria cadeia de valor, ou seja, para arena de atividade”, (Cardoso, 2009: 41).

Entende-se por incorporação das inovações dos usuários no processo de produção de conteúdos jornalísticos, a capacidade dos usuários interferirem nos conteúdos produzidos pelos jornais. Este modelo de participação ainda não está muito enraizado. (Cardoso, 2009).

O cenário atual é caracterizado por maior fluxo de conteúdos produzidos e consumidos pelos usuários, os chamados *produser*, termo cunhado por Axel Bruns na sua obra intitulada *Blogs, Wikipedia, Second Life and Beyond. From production to Produser*. Este modelo de relacionamento produtor/consumidor obriga as empresas jornalísticas a romper o modelo tradicional de emissor- recetor e adotar o modelo comunicativo assente na participação do usuário. (Schmidt et al, 2008: 3).

Baggio (2011) realça que o avanço tecnológico e a erupção do fenómeno da Internet são os fatores que estão por de trás do jornalismo colaborativo e, consequentemente, a modificação do valor da notícia e do conhecimento na sociedade de informação.

Entende-se de jornalismo colaborativo o diálogo e a construção de raciocínio conjunto sobre os temas de interesse comum, porque as hipertextualidades e a infinita informação existente na Internet amplia os diversos olhares sobre o mesmo assunto. Mas as deferentes perspetivas sobre o mesmo assunto não dispensam o papel do *gatekeeper* (Baggio, 2011). Holanda *et al* (2008: 65-68) definem o jornalismo participativo como sendo aquele que é criado por comunidades em redes a partir de interesses comuns.

Martinez & Alonso (2003:81-82) acham que a interatividade não é a característica mais importante do jornalismo digital. Para os autores, trata-se de uma ferramenta facultativa que permite ao usuário interagir com o sistema e que este o “responde”. Conceber a interatividade e participação como uma ação unilateral em que o usuário interage com a máquina, seria uma redução do conceito que comporta em si a bidirecionalidade de ação mediada pela máquina.

A definição de interatividade e participação é clara em Holanda *et al.* (2008) e Baggio (2011). A questão que se levanta a seguir é a forma de interação e participação do cidadão na elaboração de conteúdos.

Referindo-se a forma de participação do cidadão no jornalismo, Holanda *et al* (2008: 59) afirmam que existem estudos sobre o assunto levados a cabo num trabalho conjunto de Mark Deuze, Axel Bruns e Christoph Neuberger em 2007; trabalho individual de Axel Bruns em 2003 e 2004 e estudos de Reese, Rutigliano, Hyun, Jeong em 2007, nos quais buscam analisar os comentários do usuário para medir o seu grau de participação.

Por exemplo, a *Wikileaks*, *Wikinews*, *youtube*, *My space* e *Oh my news*, uso de *SMS*, comentários, fórum de discussão e outras formas de produção de notícias com a participação de usuários constituem as novas formas de participação e, simultaneamente, fontes de retroalimentação de jornais digitais. Estes são exemplos de uma nova maneira de fazer o jornalismo com os usuários a desempenharem o papel de produtores e consumidores de conteúdos, aquilo que Jenkins (2008) vê como uma “revolução digital”.

Outra forma de participação do cidadão na produção de conteúdos é referida por Martinez & Alonso (2003:282):

- Correio eletrónico,
- Lista de distribuição,
- Grupos de notícias,
- Fórum de discussão,
- *Chat*,
- Hipertexto,
- Inquéritos.

Martinez & Alonso (2003) afirmam que os cinco primeiros são considerados da interatividade “sujeito/sujeito”, em que a comunicação se realiza entre dois interlocutores por meio de diálogo através do qual se relacionam, enquanto os dois últimos (hipertexto e inquéritos) são considerados interatividade “sujeito/objeto”, segundo a qual o processo de comunicação se realiza entre um indivíduo e o sistema. (Martinez & Alonso, 2003: 282).

A interatividade sujeito/objeto, ou seja, aquela que é mediada pela máquina, Canavilhas (2007) designa-a de básica. Ela é mais ampla quando envolve a relação com outras pessoas, como por exemplo contactar os jornalistas por meio de correio eletrónico ou participação no fórum ligado à notícia, situação em que os usuários interagem com os conteúdos.

Canavilhas (2007: 91-92) sistematiza as modalidades de interatividade e participação referidas em Martinez & Alonso (2003) e apresenta-as em quatro categorias:

- **Interatividade de transmissão**- é aquela que se realiza de forma unilateral, ou seja, do emissor para o recetor. Nesta dimensão o recetor assume o papel passivo;
- **Interatividade conversacional**- é aquela em que o usuário produz e distribui os conteúdos;
- **Interatividade de consulta**- é aquela que ocorre quando os conteúdos são produzidos e distribuídos por um meio, enquanto o usuário controla quando e que

informação lhe interessa. Ela implica bidirecionalidade e uma participação ativa do usuário no processo;

- **Interatividade de registo-** Ocorre quando a informação é produzida pelo usuário, mas controlada e processada pelo meio que a devolve em seguida ao usuário sob forma de informação. Esta interatividade ocorre nos sítios que implica o registo do usuário para obtenção de um serviço ou conteúdo.

Como se pode notar, o campo de interatividade é vasto. Ele se alarga cada vez mais que o jornal digital abre as janelas de participação dos usuários e estabelece diálogo de troca de informação, aquilo que Benkler (2006) acredita tratar-se de crescimento impulsionado pelas redes colaborativas da Internet e favorecidas pela redução do custo das tecnologias sociais de produção digital.

O jornalismo digital poderá sair enriquecido pelo novo processo de produção partilhada, ou seja, naquilo que Benkler (2006) designa de *commons*, ou seja, uma espécie de um senso comum onde “ninguém tem o controle exclusivo do uso e da disposição de qualquer recurso particular”. O *commons* permite grandes mudanças no processo de produção e distribuição de conteúdos informativos.

Schmitt *et al.* (2008: 7) volta a realçar que o efeito direto do cidadão no processo de produção de conteúdos resume-se na troca direta de funções entre o jornalista e cidadão. Especula-se que aos poucos, o papel do jornalista desapareça como o único árbitro e produtor de notícias, dando lugar ao usuário mais ativo e empenhado nas leituras, comentários, avaliações e indicação de notícias, ou seja, oferece ao editor pistas para factos noticiosos.

Deste modo, cresce o número de vantagens que a colaboração e participação do usuário no jornalismo digital. Além do facto de ter trazido no cenário mediático a figura do “jornalista-cidadão”, inclui também as ações colaborativas. (Gonçalves, 2003: 138-139).

McAthy (2013) encontra na comunidade virtual a maior colaboração jornalística. Porque o autor reconhece as limitações das redações em relação ao conhecimento sobre os factos noticiosos daí então a estratégia é “abraçar a multidão”, não porque ela pode dar dinheiro de forma direta, mas por ela ser o fator de negócio. Neste sentido, o autor recomenda a valorização dos comentários dos cidadãos nos fóruns de discussão.

Gans (2013) tem uma outra perspectiva de leitura, na qual o jornalismo deve desempenhar o papel fundamental para a democracia. O autor recomenda que os jornalistas deixem de fazer o jornalismo político para as elites políticas, mas que focalizem as suas abordagens políticas para o cidadão, através daquilo que ele chama de “Notícia do cidadão” ou notícias dirigidas aos cidadãos “*unrepresented and unorganized*”. Interpreta-se nas reflexões de Gans (2013) por cidadão “*unrepresented and unorganized*”. Aquele que não está representado ou desorganizados, ou ainda o cidadão anónimo cujas ideias podem contribuir para o sistema democrático.

A figura do cidadão referida por Gans (2013) é a mesma de colaborador participativo. Esta personagem tem gerado debates no seio do jornalismo digital, sobretudo na questão da partilha de direitos e deveres com o jornalista.

Para Gonçalves (2003), as ideias de regulação do espaço digital não são partilhadas por todos os pesquisadores e defensores de comunicação aberta e participativa, pelo simples fato da Internet ser um “espaço natural” da liberdade, não sujeito a qualquer regulação, além de ser um novo meio de dimensão global cuja atividade é de difícil controlo.

Tendo a Organização das Nações Unidas (ONU) publicado em 2011 o relatório que defende o acesso à Internet como Direito Humano, protegido pelo artigo 19, parágrafo 3, do Pacto Internacional de Direitos Civis e Políticos de 1966, Internet passa a incorporar-se no direito de liberdade de expressão e de pensamento.

Havendo países com instrumentos legislativos de regulação da Internet e de medidas drásticas de restrição deste direito, Gonçalves (2003) propõe a criação de três modelos alternativos de legislação sobre a Internet: i) Modelo voluntarista, que defende o incentivo ao uso da Internet para promover a cidadania, ii) Modelo comercial, que encara a Internet como via para a sociedade pós-industrial, e iii) Modelo de serviço público. Para complementar defende também o modelo de co regulação, que resulta da interação da lei e os outros modos de regulação. (Gonçalves, 2003: 143- 148).

As propostas de Gonçalves (2003) para a regulação da Internet só podem se justificar dentro do quadro da soberania nacional: segurança do Estado, proteção da economia e segredos de justiça. Fora destes contextos são violações de direitos humanos.

Em síntese, Amaral (2006) e Schmidt & Zanotti (2009) partilham a ideia de que existe muita dificuldade em definir a interatividade e participação. As contradições abrem espaço para inúmeras interpretações. Para alguns autores, identificam as práticas interativas nos comentários de notícias, nos conteúdos publicados e nos fóruns de discussão. Para outros, reduz-se apenas ao fornecimento de conteúdos (*upload*), responder questionários, comentar e avaliar as notícias.

Seja como for, as divergências em torno da definição da interatividade e participação abrem espaço para a formulação da ideia de que a interatividade abre a janela do jornalismo para a participação do usuário quer na produção de conteúdos, nos comentários sobre os mesmos, quer no reforço ou na sua elaboração como *producer*.

A participação implica de partilha e distribuição de conteúdos. Neste aspeto, os canais de comunicação de informação têm-se multiplicado de forma galopante nos últimos tempos, graças à velocidade de tecnologias. As páginas *Web*, as redes sociais, *ipod*, *iphone*, *ipad*, redes sociais da Internet e outras tecnologias portáteis constituem novas plataformas digitais que desempenham o papel importante na partilha e distribuição de conteúdos. Face à velocidade do tempo e de consumo de informação, as empresas jornalísticas buscam formas inovadoras para oferecer conteúdos de qualidade e diferenciados e que respondem às necessidades dos usuários.

Quando se trata de distribuição dos conteúdos digitais na era de velocidade e mobilidade de audiência, as redes sociais, os *blogs*, os *tablets* e telemóveis, ou seja, os *cross-media*, desempenham o papel fundamental na circulação e partilha de conteúdos.

A forma de distribuição de conteúdos jornalísticos está a mudar drasticamente nas últimas duas décadas, pois antes usava-se o papel, as ondas magnéticas, satélite, cabo para a transmissão de notícias, Matthews, (2009), hoje o cenário mudou radicalmente com as tecnologias que jogam um papel importante no jornalismo digital, particularmente, no sistema de transmissão e recepção de conteúdos. Hoje é possível usar o telemóvel para receber as informações da rádio, televisão e textos jornalísticos.

“O mercado de tecnologias móveis está em grande expansão, porque permitem ao usuário o acesso a dados e informações a qualquer hora e em qualquer lugar”, Adaime (2010). Tendo os usuários se apropriado das tecnologias receptoras móveis capazes de

receberem conteúdos noticiosos, isto significa que as audiências estão a deslocar-se para as plataformas móveis e, consequentemente, as tecnologias móveis estão a alterar a forma de consumo de notícias.

Matthews (2009) afirma que a convergência traz vantagens ao providenciar e agregar o máximo de conteúdos numa variedade de plataformas como forma de atingir as audiências cada vez mais fragmentadas. Essa busca de audiência para fornecer serviços de informação personalizada pode ser entendido como uma nova revolução que obriga aos produtores de conteúdos a repensar as novas estratégias e formas de distribuição de conteúdos de acordo com as exigências dos usuários.

Adaime (2010) observou que o consumo da informação nas plataformas é vertiginosamente dinâmica, fato que exige às empresas jornalísticas a atualização constante da informação e maior rapidez na produção de conteúdos. Dai então se justifica que os conteúdos produzidos pelos jornalistas devem ser distribuídos pelas novas plataformas digitais de modo que alcance o usuário em qualquer momento e em qualquer lugar.

Se a lista de plataformas digitais é extensa, as redes sociais da Internet constituem um dos lugares virtuais de deslocação de fragmentos de audiência. Elas são de grande interesse para os media digitais, porque o desafio é disponibilizar os conteúdos para os usuários em diferentes plataformas de recepção. (Matthews, 2009: 87).

Mayfield (2008) e Adaime (2010) constataram que as redes sociais da Internet constituem uma teia complexa de indivíduos em constante interação e troca social. Elas, de forma directa ou indirecta, ampliam as conexões e a capacidade de distribuição de informação, bem como permitem a discussão, comentários e redistribuição de conteúdos.

De acordo com os autores supra-citados, não restam dúvidas que alguns media poderão servir-se das redes sociais para potenciar os laços das suas audiências, bem como servir delas de plataforma de difusão rápida de notícias e de conhecimentos provenientes de jornais, de rádios, de televisões ou outras fontes noticiosas. Esta rapidez e laços criados nas redes são “responsáveis em manter a rede interconectada e fazer com que a informação atinja pontos cada vez mais distantes na rede”.(Mayfield, 2008) e Adaime, 2010)

No que toca a definição das Redes Sociais tem havido uma grande confusão entre autores. Para Mayfield (2008) denomina as redes sociais de Media Sociais, e afirma que

existem seis tipos de redes: Redes Sociais, lideradas pelo MySpace, *Facebook*, Bebo; *Blogs* e *Wiki*, e o melhor do *Wiki* é o *Wikipedia*; *Podcasti*, constituído por ficheiros de áudio e vídeos e o melhor de todos são *Apple e iTunes*. Os *Fóruns*, são áreas de discussão *online* de determinados assuntos de interesse; conteúdos comunitários, que se dedicam a partilharem informações do tipo foto, *links* e vídeos. Os mais populares são o *Flickr*, *Del. icios. Us* e *Youtube* e, finalmente o *Microblog*, que é uma rede social que partilha informações em pequenos textos, o mais popular é o *Twitter*, (Myfield, 2008: 6).

Seja como for, as vantagens e gratificações obtidas pelos usuários das Redes sociais vão desde partilha de ideias, cooperação e colaboração, criação artística, comércio, debates e discussões, busca de amigos, amor, etc. (Myfield, 2008: 7).

Myfield (2008) reconhece que o advento das novas tecnologias e da Internet facilitou as pessoas a criarem os seus conteúdos: imagens, textos, vídeos, etc. que há cinco anos não era possível. Os media sociais trouxeram uma nova forma de produção e distribuição de conteúdos.

As facilidades de produção individual de conteúdos estão associadas ao baixo custo dos computadores, câmaras digitais, Internet de banda-larga, combinado com a facilidade de acesso de *software* de edição. Isto significa que qualquer um pode criar os seus conteúdos em pouco tempo.

Algumas plataformas de distribuição de conteúdos são mais usadas pelos jornais digitais, o caso de *Twitter e Facebook*

Não basta falar de produção de conteúdos enquanto não se falar da *RSS* (Really Simple Syndication), a tecnologia que revolucionou a forma de distribuição de conteúdos digitais.

RSS alerta os leitores de notícias ou a página de Internet ou mesmo o *Blog* pessoal sobre novos conteúdos disponíveis e envia-os sob a forma de texto ou imagem e o leitor pode ler sem ter que visitar a página Web na qual estão as notícias.

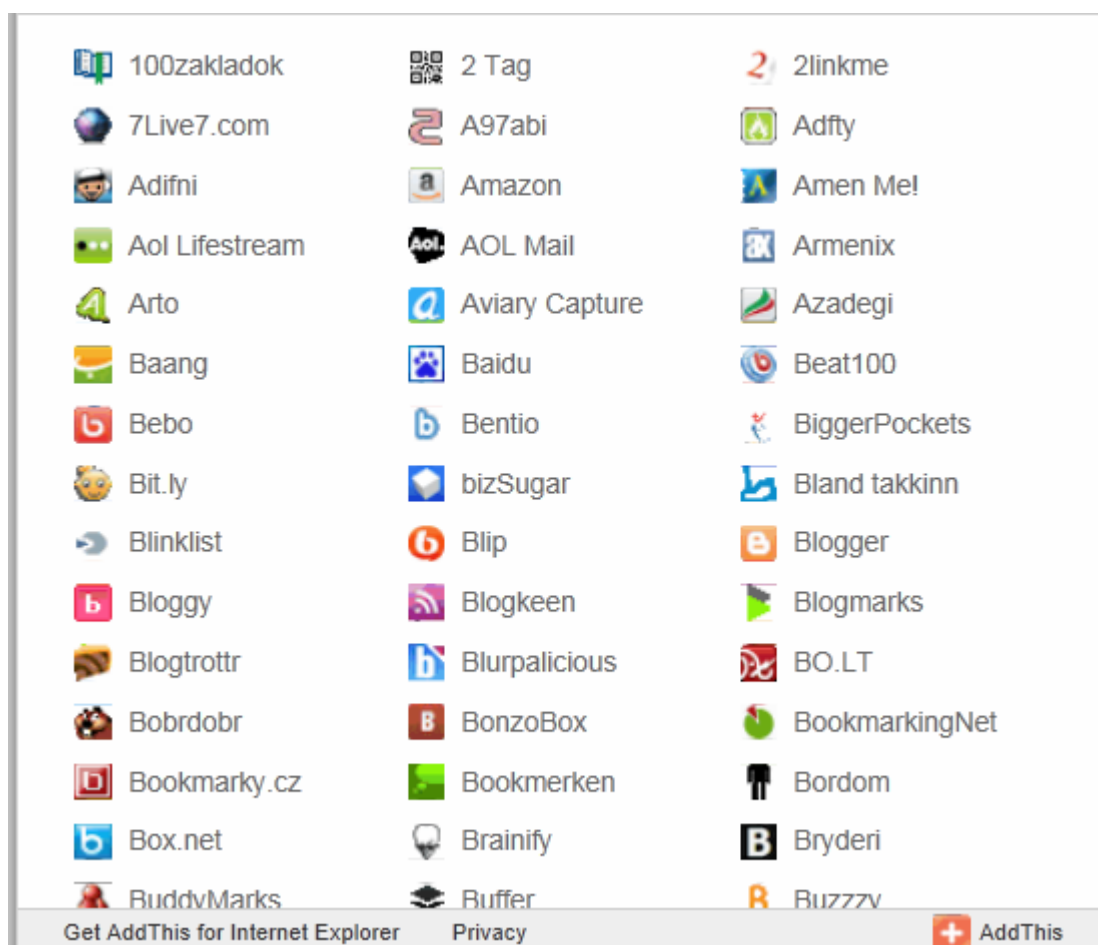
Mas o tratamento de conteúdos existentes na Internet para fins jornalístico requer uma nova especialização e modelo de jornalismo. De acordo com (Palacios & Machado,

2007) Jornalismo digital é um produto discursivo que vem dar resposta à circulação de informação pela Internet. Ele constrói a realidade por meio da singularidade dos eventos, que tem como suporte as redes telemáticas ou qualquer outro tipo de tecnologia por onde se transmitam sinais numéricos e que incorpore a interacção com os usuários ao longo do processo produtivo. Ela é uma actividade que se desenvolve no ciberespaço

Esta definição é bastante limitativa quando se tenta perceber a novidade que apresenta este modelo de jornalismo em relação ao anterior. Dai então há necessidade de buscar outros subsídios de definição do jornalismo digital em Bardoel e Deuze (2000), Palácios (1999, 2002) e Canavilhas (2007). De acordo com os autores supracitados, eles diferenciam algumas características dos media digitais e dos media clássicos. As características dos media digitais têm a hipertextualidade, a interactividade, a personalização do conteúdo, a multimedialidade, a memória e actualização contínua enquanto os outros não possuem nenhuma destas características.

A evolução das redes sociais da Internet obrigou as empresas baseadas na Internet a dispor de ferramentas de partilhas de informação jornalística como por exemplo. *Share-this e Add this*. Estas são muito mais que simples botões de partilha de conteúdos, eles geram um fluxo de informação entre os usuários e comunidades de amigos espalhados por várias redes sociais e inclusive *blogs* e páginas *web* pessoais. *Add This* apresenta a potencialidade de partilhar, imprimir e enviar os conteúdos por e-mail como ilustra a figura:

Figura nº6: Ferramenta de partilha de conteúdos para as redes sociais



Fonte: www.dn.pt

Como se pode notar nesta figura, existem muitas Redes Sociais da Internet que possibilitam aos usuários a partilharem a informação. Assim sendo, o fenómeno do jornalismo digital já não se assume como o protetor da informação através de Leis de proteção de direitos de autor, mas liberaliza a circulação de seus conteúdos jornalísticos na Internet.

Além desta ferramenta de partilha, existem outras que permitem uma diversidade de funções: envio da notícia por e-mail, copiar a URL da notícia para outro lado, impressão, comentários, guardar a notícia no arquivo pessoal, recomendar a leitura aos amigos ou comunidade do *Facebook*, *twitter* e recomendar aos amigos do *Gmail*.

Já é comum em muitos jornais digitais incorporarem ferramentas de partilha e distribuição de conteúdos. As referidas tecnologias ou ferramentas têm várias designações. Mannarino (2000) designa-as de *Webcasting* ou tecnologia *Push*, *Podcasting*, *netcas-*

ting, *Internet broadcasting*. O autor explica que o processo de funcionamento destas tecnologias consiste no envio de notícias personalizadas para os dispositivos dos leitores. Estas tecnologias já eram utilizadas pela comunidade do Instituto Tecnológico de Massachusetts (MIT), com a designação de *fishwrap*. (Mannarino, 2000:46).

A técnica de distribuição de conteúdos da Internet via *Podcasting* tem a sua origem datada em 2004. Segundo Luiz & Assis (2010) e Herschmann & Kischinhevsky (2008), o conceito *Podcasting* está associado à audição e partilha de ficheiros musicais, em formas de arquivos, que podem ser baixados da Internet ou das empresas ligadas à geração de conteúdos. Para os dois últimos autores supracitados, o *podcasting* é um dos elementos da banalização da rádio como meio de informação.

Atualmente já não se fala de distribuição de conteúdos para uma e única plataforma, porque a convergência tecnológica incorporou mais dispositivos de receção como: telemóveis, PDA, televisão digital, *blogs*, *Twitter*, Redes Sociais da Internet, *iphone*, *ipode*, *tablets*, etc. Para Erdal (2007) a múltipla plataforma de distribuição mudou radicalmente a forma de produção e distribuição de conteúdos digitais face à multiplicidade de receptores, fato que envolve diferentes tipos de cooperação. (Erdal, 2007: 53).

A palavra que melhor expressa a distribuição de conteúdos digitais é a *Webcasting*. Trata-se de uma forma de distribuição que personaliza os conteúdos de acordo com as áreas de interesse do usuário. *Webcasting* permite que o usuário declare no ato de subscrição os assuntos do seu interesse que desejaria receber no seu computador, (Mannarino, 2000:46).

Luiz & Assis (2010) define *Podcasting* como sendo “ uma mídia da cibercultura em formato de áudio e vídeo e transmitido diretamente ao assinante via *feed RSS*” Esta definição se aproxima a reflexão de Mannarino (2000), mas ela acrescenta o valor tecnológico associado à distribuição, ou seja o uso do *Feed RSS*, conceito que definiremos mais adiante.

De acordo com o mesmo autor, *Podcasting* resulta da junção do prefixo “*Pod*”, original do “*ipod*”, leitor de músicas digitais fabricado pela empresa Norte Americana *Apple*, mais o sufixo “ *casting*” originado da expressão “*broadcasting*”, que significa transmis-

são pública e em massa de informação através de ondas eletromagnéticas da rádio ou televisão (Luiz & Assis, 2010).

Ipad é um pequeno computador da categoria dos *Tablets*, um dispositivo eletrónico que revolucionou o mercado deste setor e que representa uma perfeita união entre o uso diário do computador e a possibilidade de leitura do documento como se fosse papel, através do uso da interface tátil (*touch*), (Barrero, 2011: 29).

Pelos vistos, a forma de distribuição de conteúdos segue o comportamento do usuário. Ela não se limita exclusivamente a distribuir para os computadores pessoais, mas segue as tendências dos consumidores e atinge os seus dispositivos móveis como *smartphones* e *tablet*. Dispositivos como estes não podem ser vistos como uma ameaça ao negócio da Internet, mas são elementos que agregam valor aos media digitais. (Lessin & Spencer, 2013).

Da mesma forma, Cabrera (2010) partilha o mesmo sentimento de Lessin & Spencer, 2013 e acrescenta que a distribuição de conteúdos em multiplataforma digital resulta da tendência de convergência de tecnologias. Tal distribuição só aumenta as possibilidades de consumo dos conteúdos, que se podem traduzir em benefícios económicos, sociais e culturais para a empresa.

Além da existência de dispositivos de distribuição de conteúdos jornalísticos, já se concebe a informação como produto de valor comercial. Com isto desenvolve-se todo o processo de marketing, publicidade e disponibilização de conteúdos nos meios, designados por *Cross media* ou transmedia, intermedia ou ainda media híbridos.

Bechmann (2006) existe um consenso entre os pesquisadores e utilizadores quanto às vantagens do uso das ferramentas de distribuição de conteúdos digitais até ao usuário final. O autor supracitado clarifica que a multi-distribuição de conteúdos é uma forma de comunicação que usa uma combinação coordenada de plataformas como telemóvel, aparelho recetor do sinal de rádio, televisão, jornais, etc. com vista a acrescentar valor aos usuários e prender a sua atenção

A distribuição de conteúdos permite aos editores das páginas noticiosas uma variada forma de disponibilização de conteúdos digitais, inclusive para as redes de comunicação tradicionais sem grandes custos. Hoje em dia, a distribuição de conteúdos oferece opor-

tunidade para os produtores de media de terem os seus conteúdos para vários dispositivos de receção, algumas vezes facilitadas pela mobilidade e pela navegação táctil, como forma de chegar a audiência profundamente segmentada.

A seguir é ilustrado um *tablet* de distribuição de conteúdos noticiosos:

Figura nº7: Dispositivo móvel de receção de conteúdos noticiosos (*tablet*)



Fonte: Barrero (2011)

O *tablet* constitui um dos excelentes dispositivos móveis de receção de conteúdos informativos. Eles permitem aos usuários múltiplas funções, uma delas é a de leitores um cómodo, móvel e táctil. Com este dispositivo, aumentam as possibilidades de consumo de produtos informativos num único aparelho. (Barrero, 2011: 34).

A nova geração de dispositivos está a provocar o surgimento dos aplicativos (*Apps*), que são pequenas ferramentas informáticas desenvolvidas para várias funções e, inclusive, de captura do ecrã e leitura de notícias, de acordo com o formato do dispositivo móvel.

Alguns jornais oferecem aplicativos grátis para os seus usuários para que eles possam acessar a informação e outros, contrariamente, comercializam-nos. Para estes últimos, o risco de comercialização dos aplicativos está associado ao facto dos seus conteúdos não

poderem ser acessados por usuários com dispositivos móveis, o que poderá diminuir a procura e partilha dos seus conteúdos.

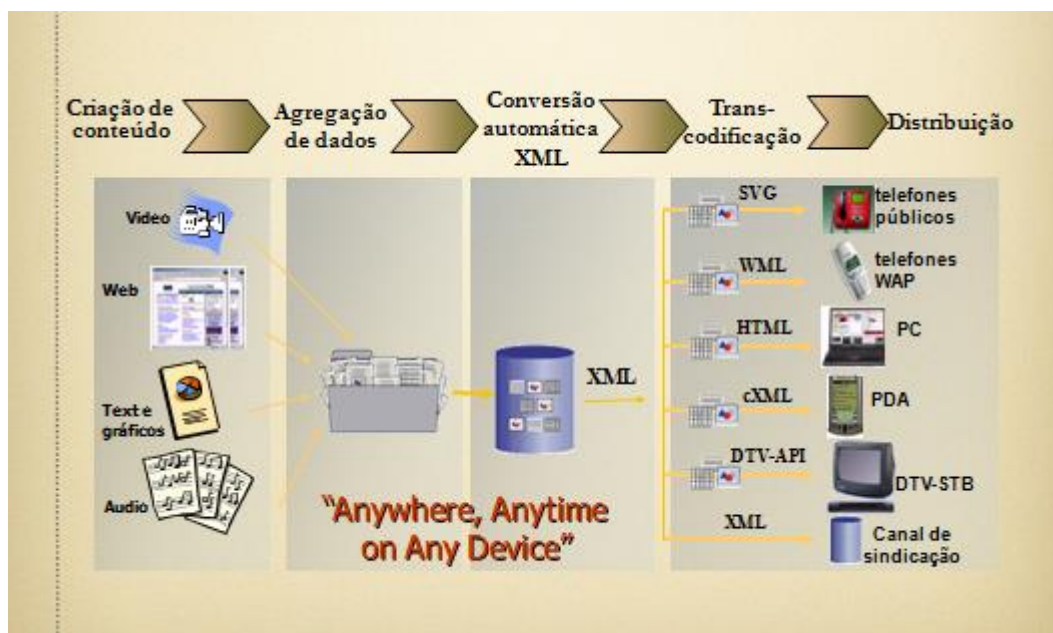
De acordo com Robin Good, consultor de *blog*, afirma que existem três tipos de distribuição de conteúdos: licenciado, com anúncio e gratuito.

- Licenciado- Os distribuidores pagam uma taxa aos produtores de conteúdos para fornecerem os seus conteúdos aos usuários finais;
- Com anúncio- os produtores de conteúdos partilham os lucros gerados pelos seus conteúdos que são distribuídos para os usuários finais. Por exemplo algumas empresas de distribuição de *blogs* seguem o modelo de distribuição com anúncios, pagando aos blogueiros com melhor desempenho através de um sistema baseado na compensação por *performance*.
- Gratuitos ou permuta- Os produtores de conteúdos não recebem nenhuma compensação, mas pode beneficiar-se de uma exposição ampliada, publicidade incorporada e vendas secundárias como inscrições

Para distribuição de conteúdos produzidos nas televisões, rádios, *Web sites* noticiosos, *Twitter* são feitos pelas empresas como *Dear Abby*; *Lexis Nexis*, *Newstex*, e outras.

Seja como for e independentemente da banalização, a rádio, a televisão, e outros meios de comunicação digital estão em transformação profunda no seu processo de produção e distribuição de conteúdos. Andrade (2008) ilustra os elementos técnicos subjacentes no processo de produção e distribuição de conteúdos digitais para multiplataformas:

Figura nº8: Processo técnico de produção e distribuição de conteúdos digitais para multidispositivos



Fonte: Andrade (2008)

Como ilustra a figura nº8, o primeiro passo essencial nesta cadeia de produção é a produção de conteúdos em vídeos, textos informacionais, gráficos animados ou estáticos, sons, fotos e infografias e outros. O segundo passo é a colocação de toda a informação numa Base de Dados para passar pelo processo de conversão da linguagem, porque cada plataforma digital possui uma linguagem própria que permite a leitura de dados que lhe é transmitida. O telefone, *Ipad*, *PDA*, *Ipod*, *smartphone*, *tablets* e computador, só funcionam com a linguagem que para eles foi programada como, por exemplo, *android*, *HTML*, *XML*, *VML*, etc.).

O processo de distribuição de conteúdos é feita automaticamente para todos os meios (plataformas), facto que permite alcançar o usuário móvel ou fixo, dependendo do seu meio preferencial de receção de conteúdos.

Essa complexidade de distribuição de conteúdos digitais, McQuail (2003) designa-a de “novos padrões do tráfego da informação”, que o autor divide-os em quatro categorias: de alocação; de conversação, de consulta e de registo. (McQuail, 2003:131):

- a) Com a Alocação a informação é distribuída ao mesmo tempo de um centro para muitos recetores periféricos, trata-se de uma comunicação unidirecional de um para muitos com oportunidades relativamente pequenas de retroação pessoal. Ainda mais, o tempo e o lugar de comunicação são determinados pelo emissor ou pelo centro
- b) Na Conversação os interlocutores interagem diretamente uns com os outros, ultrapassando um centro ou intermediário e escolhe os seus próprios parceiros bem como o tempo, o lugar e o assunto da comunicação. Esta forma de distribuição aplica-se a uma vasta gama de situações de troca de cartas pessoais ao uso do correio eletrónico. Nesta forma de distribuição a característica principal é o facto de os interlocutores serem iguais na troca.
- c) Consulta. Refere-se a uma gama de diferentes situações de comunicação nas quais um indivíduo procura informação numa base de dados de informação (bibliotecas, trabalhos de referência, discos de computadores, etc.). Este padrão aplica-se ao uso dos jornais, considerados meios de massas alocutivas, dado que o tempo e o lugar de consulta são determinados pelo recetor e não pelo emissor.
- d) Registo. Esta forma de distribuição baseia-se na ideia de que o emissor requisita e recebe informação de um participante na periferia. Aplica-se quando os registos centrais (emissor) são mantidos num sistema para a vigilância, ou seja, a coleção de dados pessoais para fins de publicidade para as moradas. Neste modelo, o emissor tem mais controlo do que o indivíduo na periferia para determinar o conteúdo e a ocorrência do tráfego de comunicação.

O número de canais de distribuição multiplica-se e aparecem renovadas formas de personalização de conteúdos. Hoje em dia o usuário deseja tomar a sua própria iniciativa na seleção de informação. O Modelo de alocação e de registo de McQuail (2003) já está a ser preterido pelos usuário como nos relatam os estudos de Chen (2013) ondem conclui que existe uma tendência do usuário usar mais o *e-mail* para receber as informações do que receber as imposições das mensagens eletrónicas não-solicitadas enviadas para o grande número de pessoas.

Como se pode observar nesta discussão do negócio de conteúdos, afinal os benefícios de distribuição de conteúdos em múltiplas plataformas vão muito além lucros, abre oportunidade de negócio, permite o alcance dos usuários em tempo real e em espaços

geográficos jamais explorados. Além disso, aumenta a fidelização dos usuários e envolve neste aspeto todo o conjunto de marketing integrado.

Existem muitas ferramentas de distribuição disponíveis no mercado. Elas não devem ser encaradas como um custo para a organização, mas como um benefício imediato e solução para o problema imposta pela mobilidade da audiência.

Uma das discussões que é levantada nos últimos anos diz respeito a aliança entre os media digitais as redes sociais da Internet. Nisto, existem muitos estudos recentes em torno do fenómeno. Gilmor (2005), na sua obra “*Nós, os media*”, discute esta temática com muita experiência pessoal. O autor apresenta RSS (*Reality Simple Syndication*) como a ferramenta revolucionária de distribuição de conteúdos electrónicos de forma personalizada. O autor supracitado explica que RSS permite que os leitores de *blogs*, telemóveis, computadores pessoais e redes sociais tenham informação selecionada e personalizada. RSS pode vir a ser o próximo meio principal de distribuição, recolha e receção de informação. (Gilmor, 2005: 54).

Estudos conduzidos pela *CNN Research* em 2010 chegaram a conclusão que 40 por cento das notícias partilhadas na Internet são feitas por meio das Redes Sociais da Internet, muito mais do que por correio electrónico que se situa na ordem 30 por cento de partilha, 15 por cento por SMS e 12 por cento através de mensagens instantâneas. (Rhodes, 2010)

Estes dados estatísticos mostram que as Redes Sociais da Internet são responsáveis pela partilha de informação proveniente de organizações produtoras de notícias, de forma simples e rápida. Através de um botão é possível enviar um conteúdo para uma centena de amigos do *twitter*, *facebook*, *Digg*, *Two*, *Orkut* e outras redes onde a audiência está concentrada.

Esta forma de partilha, de acordo com Rhodes (2010), acaba tendo uma grande influência no fluxo de informação noticiosa e de benefícios diretos para os órgãos de informação, em termos de publicitação de marcas.

Bradshaw (2011) aprofunda o estudo das Redes Sociais e a distribuição de conteúdos. De acordo com o autor, a partilha implica nova forma de pluralismo e diversidade comparado com a forma tradicional de comunicação. Ela permite uma maior transparência,

prestação de contas, profissionalismo, independência editorial, liberdade de expressão, liberdade de informação e permite a diferenciação entre o interesse público e serviço público.

Novaes (2010: 24) acrescenta que para uma empresa ou marca entrar nas redes sociais da Internet deve “ contar com um excelente planeamento estratégico e se preparar para receber críticas e comentários negativos”. Não se trata de uma atitude de coragem entrar em redes participativas, mas são exigências do próprio meio digital que permitem criar relacionamento de proximidade e retirar dos usuários os seus verdadeiros interesses pelos conteúdos produzidos.

Para tirar proveito das redes sociais da Internet, Novaes (2010) propõe o modelo baseado no foco em um público específico, através de conteúdos exclusivos e desejados pelos seus usuários, embora algumas empresas prefiram no modelo de participação e perfil de consumo, bem como das tendências, novidades e curiosidade.

Que vantagens os jornais tiram pela interação e participação dos usuários?

Uma das vantagens é a retroinformação. Entende-se por retro informação ou *feedback* as diversas fontes interativas que realimentam os conteúdos da informação e ajudam a melhorar, corrigir ou a enriquecer os conteúdos, como se na ilustra na figura nº9:

Figura nº 9: Fonte de retro informação

The image shows a web form for user feedback. At the top, there are two links: 'Corrigir' with a red checkmark icon and 'Feedback...'. To the right is a 'PARTILHAR' (Share) button with Facebook and Twitter social media icons. Below these is a horizontal line. Under the line, the text 'Remetente do email' (Email sender) is followed by two input fields: 'Nome' (Name) and 'Email'. To the right of the 'Email' field is a red 'X' icon. Below the input fields is the text 'Envie os seus comentários' (Send your comments), followed by a large, empty text area for writing. At the bottom right of the form is a red button with the text 'ENVIAR »' (SEND »).

Fonte: <http://www.cmjornal.xl.pt/>

A correção de notícias feita pelos usuários, como nos demonstra a figura nº9, é útil para ajudar a empresa de comunicação a melhorar os seus conteúdos e estabelecer plano de desenvolvimento de conteúdos orientados para a qualidade de notícias, tornando os critérios noticiosos menos subjetivos. Além desta fonte de retro informação, também são usados os *chats*, *blogs*, redes sociais da Internet e comentários.

O “*like*” ou o gosto feito na conta do *Facebook* do jornal, a avaliação feita a cada peça de notícia, as hiperligações feitas ao *website* de notícias por bloguistas e outros sites externos, os questionários *online*, são o manancial perfeito para aferição da qualidade de notícia do jornal digital.

Lopez *et al.* (2003) aconselham que os gestores de conteúdos informativos conheçam as fontes de retro informação, particularmente as Redes Sociais da Internet: Segundo os autores, os gestores devem fazer o uso correto delas e busquem opções para a tal retro informação para cada situação, cada informação complexa, cada tema, cada dia e cada assunto, etc. Esta perspetiva dos autores pretende introduzir nesta discussão a possibilidade de articulação entre usuários e o jornal numa tentativa de converter o usuário em “producer”.

5.3.Ubiquidade

O conceito de ubiquidade está associado ao desenvolvimento tecnológico e expressa a ideia de transposição de informação, ultrapassagem das barreiras do espaço e do tempo, partilha de ideias a escala universal.

Leite (2008:106) “define a ubiquidade como sendo a capacidade de diversos sistemas partilharem a mesma informação”. Esta definição é dada na linguagem informática, mas ela vai muito além de sistema. Ela inclui o conceito de transposição das barreiras físicas, geográficas e políticas.

Com o advento do jornalismo digital, a informação deixa de ser localizada e passa a ser de carácter global. Ela circula por todos os quadrantes do mundo e em contextos sociais e linguísticos diferentes, graças ao poder da Internet e das ferramentas tecnológicas de tradução.

Muñoz (2006) relata que a mediação da universalidade é feita através do número do tráfego de usuários, os destinos de referência e as respectivas as origens. Mas este critério de aferição da ubiquidade de uma página Web noticiosa vai muito além deste critério e nem pode não expressar o alcance universal do jornal.

A análise das redes sociais da Internet inclui-se entre uma das melhores ferramentas de análise de acessibilidade dos conteúdos aos usuários de outros pontos do planeta. Mas World Wide Web Consortium (s/d.) acredita que a tradução automática, por enquanto é menos fiel, mas tem a vantagem de disponibilizar os conteúdos a escala global para dezenas de idiomas e permitindo que os media se comuniquem com os usuários em várias línguas.

Estudos levados a cabo pela Internet World State (2010) e Eurobarómetro (2011) indicam que menos de um terço dos usuários da Internet tem o inglês como a língua nativa. A medida que a Internet cresce também aumenta a presença de outras línguas como o Russo, Chinês, Espanhol, Árabe e outras. Mas para responder à demanda de conteúdos universais da Internet, tem crescido o esforço de criação de plataformas de informação multilíngue.

5.4.Hipertextualidade

A hipertextualidade permite ligar texto, fotos, vídeos e gráficos aos arquivos digitais ou a textos externos. A linguagem hipertextual no jornalismo foi apropriada da informática. Para Edo (2002), Marcos (2003) e Garcia (2008) partilham o sentimento que a captura da linguagem hipertextual pelo jornalismo digital tornou os textos jornalísticos mais flexíveis e dinâmicos.

A Hipertextualidade tem a sua génese nos estudos da documentação, da biblioteconomia e da literatura, áreas diametralmente opostos ao jornalismo, mas com uma certa relação transversal e transdisciplinar. Rost (2003:170) define-a como sendo “ uma construção discursiva multilinear baseada na interconexão dos blocos de textos digitalizados”. Esta definição é demasiada simplista para a complexidade do fenómeno de hipertextualidade, tendo em conta que a estrutura hipertextual é composta de nós e conexões que criam longos percursos de acesso à informação e conhecimento.

A diferença entre notícias publicadas nos meios tradicionais e aquelas que se publicam nas redes digitais está na potencialidade do digital apontar instantaneamente para outros textos. Esta rapidez de ligar um texto para outro cria o hipertexto. (Sandoval, 2003: 426).

Na hipertextualidade, a relação entre o autor e o usuário sofre mudanças substanciais que “inverte os acordos tradicionais sobre a construção de significados”. O leitor assume o papel de construtor de relato noticioso, ele muda o conceito tradicional de notícias. (Sandoval, 2003:426).

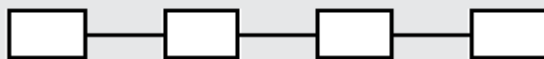
Noci & Salaverría (2003) esclarecem que existem características específicas da hipertextualidade aplicadas no jornalismo digital, que combinam texto de leitura e texto de consulta, de modo a “favorecer uma leitura rápida e orientada”. (Noci & Salaverría, 2003: 119).

Embora exista uma variedade de hipertextos como, por exemplo, hipertexto literário, hipertexto científico e documental, existem também hipertextos jornalísticos considerados herdeiros do hipertexto literário e do científico. De acordo com Noci & Solaverría (2003) o hipertexto jornalístico constrói as suas estruturas hipertextuais combinando textos de consulta e textos de leitura. Mas alguns textos jornalísticos, particularmente aqueles de carácter informativos usam uma estrutura hipertextual simples com objectivo de favorecer uma leitura rápida e orientada.

A forma como se estruturam os hipertextos é um assunto bastante complexo e sobre o qual Rada (1995) exige clareza e enfatiza que tenha uma relação sistemática entre a estrutura e função.

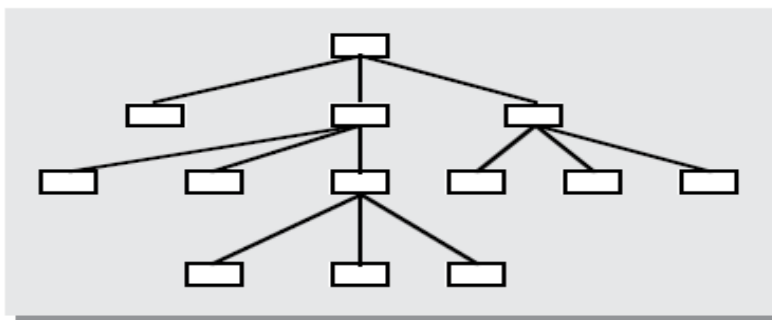
Noci & Salaverría (2003: 120-133) apresentam cinco modelos da estruturação hipertextual no jornalismo digital: estrutura linear; estrutura paralela; estrutura árvore, estrutura retangular e estrutura mista:

Estrutura linear- emprega-se no jornalismo impresso. Trata-se de um documento linear com alternativas que permite avançar para outros textos, mas com limitação. Chegado ao fim do texto obriga a retornar ao nó precedente ou ao “*home*” utilizando a função “atrás” do navegador. O gráfico é representado de seguinte forma:



Fonte: Carvalho (2002)

1. **Estrutura paralela**- possui o nó de entrada único, mas depois ramifica que continua de forma linear.
2. **Estrutura árvore**- é considerada uma estrutura aberta ou ramificada. Ela funciona de seguinte modo: possui um único nó de ligação inicial que dá lugar a várias alternativas, que por sua vez, podem dar lugar, ou não, a outras diversas alternativas, como é demonstrado no gráfico a seguir:



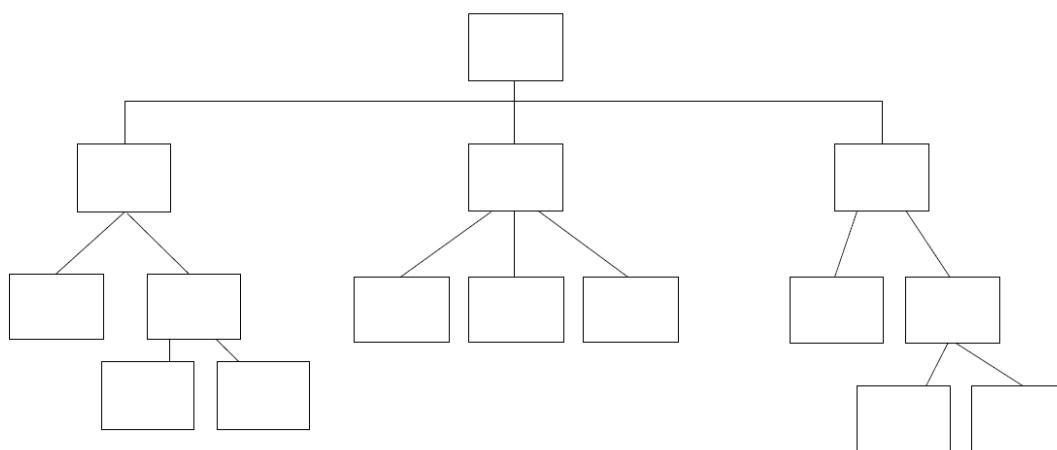
Fonte: Carvalho (2002)

3. **Estrutura retangular** resulta de outras estruturas cujas possibilidades relacionais levam ao extremo
4. **Estrutura mista**- trata-se de qualquer combinação de todas as estruturas anteriores, que se unem mediante ligação de nó correspondente a duas ou mais estruturas hipertextuais

O estudo mais detalhado sobre a hipertextualidade e o seu emaranhado de ligações foi levado a cabo por Rost (2003), no qual analisa aquilo que designou de “hipertexto ideal”. O autor sublinha que existem variedades tipos de hipertextualidade, entre os quais os que ampliam o percurso de leitura e os que limitam o acesso aos conteúdos.

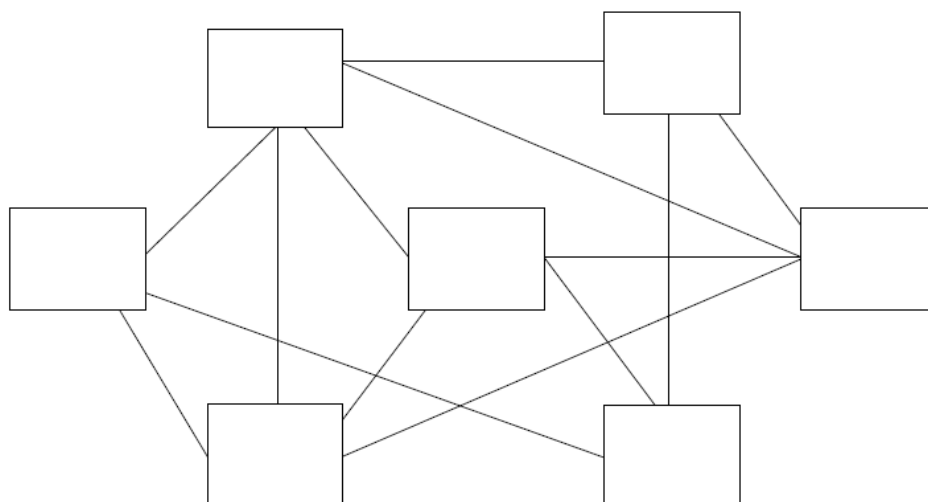
De acordo com Rost (2003:171), entre os que limitam e ampliam o acesso à informação e conhecimento existem três estruturas de hipertextos ideais, designadamente: estrutura hierárquica, estrutura em rede e estrutura mista.

- a) **Estrutura hierárquica**-apresenta o nó principal do qual derivam outros secundários e, por sua vez, surgem outros menos importantes. Numa estrutura hierárquica, as ligações criadas servem para diferenciar os nós de ligação de acordo com o nível de importância, por isso não têm hiperligação entre os nós de ligação. A vantagem desta estrutura é que permite alinhar as ideias e ajuda a eliminar as interferências nas mensagens, (Rost 2003: 172). O gráfico da estrutura hierárquica é representado de seguinte modo,



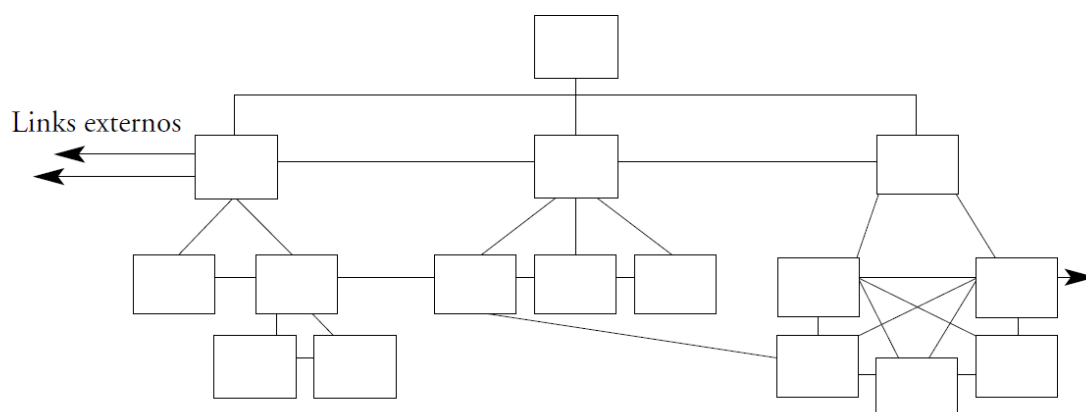
Fonte: (Rost, 2003)

- b) **Estrutura em rede**, também designada por “*self-navegating*” ou “rede semântica” não tem nós principais nem secundários. As ligações são feitas de diversas formas: circulares, com relações múltiplas, recorrentes, tipo espelho, contrapon-to, etc. Neste modelo de estrutura não existe uma lógica linear de leitura, pois cabe ao leitor decidir a escolha das alternativas de percurso de leitura. A Estrutura em Rede não é muito aconselhada para se usar no jornalismo digital, pois nela é difícil determinar a notícia mais importante do dia ou encontrar um determinado artigo porque é uma estrutura de livre navegação, (Rost, 2003:173-174). O gráfico é representado deste modo:



Fonte: (Rost, 2003)

- c) **Estrutura mista**- ela combina a estrutura hierárquica e a estrutura em rede. Este modelo condiciona o leitor na escolha do percurso de navegação e dos conteúdos, mas simultaneamente oferece alternativas de exploração. Tem ligações externas. Liga a outras estruturas hipertextuais e permite explorar outros conteúdos relacionados, existe por um lado percursos que permitem a livre navegação pelos conteúdos e, por outro, há caminhos que fecham os nós de ligação. Trata-se de uma estrutura flexível relativamente as duas anteriores, hierárquica e em rede, (Rost, 2003: 174-175). Assim é representado o gráfico:



Fonte: (Rost, 2003)

A estrutura hipertextual adequada para o jornalismo digital é a mista, porque por um lado “mantém a ordem e uma estrutura que o leitor pode compreender e dominar facilmente e, por outro, permite a conexão entre conteúdos relacionados”. Como se pode

notar, e de acordo com o autor, a estrutura mista é a mais democratizadora do conhecimento e da informação, pois permite a manutenção das hierarquias dos conteúdos e a escolha daquilo que o leitor acha importante para a construção do seu conhecimento. (Rost, 2003:75)

Storch (2009) tece críticas à construção do discurso jornalístico baseado na hipertextualidade. O autor considera a hipertextualidade uma construção arbitrária ao estruturar a narrativa de acordo com os seus interesses. Segundo o autor, a arbitrariedade na oferta de hipertexto não garante o acesso democrático de informação (Storch, 2009: 10).

A afirmação de Storch (2009) remete nos a duas reflexões: a construção hipertextual pressupõe o conhecimento básico das teorias de construção de conhecimento, ou seja, as bases filosóficas e psicológicas do funcionamento da mente humana para captar e representar a realidade e a segunda é a existência de ideologias que guiam a construção de hipertextos jornalísticos.

A maneira comum de leitura que vem da tradição do papel, segundo Fachinetto (2005) é a do modelo linear. Mas para o caso de textos hipertextuais informativos, a regra de leitura é deixada ao livre arbítrio do leitor. Ele toma o controlo sobre o texto e define as rotas de leitura.

Noci & Salaverría (2003: 133-136) estabelecem quatro estratégias de leitura de hipertextos noticiosos: o rastreio, a busca, a navegação e a exploração:

- a) **O rastreio**-É o modelo em que o leitor faz uma navegação rápida nos “nós”: Ele faz uma busca específica de alguns conteúdos;
- b) **A busca**-Corresponde a uma leitura hipertextual na qual o leitor busca se informar efectivamente;
- c) **Navegação**-Este modelo de leitura funciona num acaso. Ela não tem o sentido orientado;
- d) **Exploração**- É uma leitura hipertextual ampla e sem objetivo específico.

O rastreio, a navegação e a exploração são formas de leitura que são deixadas à liberdade do leitor, ou seja, ação de informação é decidida pelos sujeito-usuários. Ela tem a desvantagens de ser uma espécie de aventura sem retorno, enquanto uma leitura feita através de busca orientada, além de ser didática é orientadora dos percursos de leitura.

Quanto ao uso do hipertexto para a construção do conhecimento, ela está carregada de duas ideologias subjectivas. A primeira é a de tentativa de captura do usuário e impedi-lo de navegar para o exterior do *website* e a segunda é de ordem comercial, segundo a qual o usuário tem a liberdade de desfrutar dos conteúdos internos e externos, mas cabe a sua liberdade de escolha.

A captura do usuário inscreve-se na lógica de concorrência como nos descreve Dalmon-te (2009).

A função gatekeeper do Webjornal está organizada segundo uma lógica de concorrência. Embora já seja possível apresentar o hipertexto de forma a oferecer o acesso a outros conteúdos, por meio dos links, sem que o leitor deixe o espaço do Website da empresa, o que ainda se vê é uma insegurança, visto que o objetivo final é manter o leitor navegando pelo próprio endereço. (Dalmonte, 2009:170).

A função da construção de hipertextos em função da permanência do usuário na página web é meramente uma questão de estratégia de marketing para obter vantagens competitivas. Pois, a permanência na página web possibilita a contagem do tempo, assuntos de interesse,

Se por via da liberdade de escolha o usuário pode navegar para qualquer ligação externa, então, a figura do *gatekeeper* joga o papel importante. Então qual é o papel do editor na construção de notícias hipertextuais? De acordo com Ristow (2013), a revolução tecnológica está a abrir o acesso à informação para qualquer pessoa através de computador pessoal, *smartphone* e *tablets* ligados à Internet. Neste contexto, surge o novo estilo do editor, o *gatekeeper*, que desempenha novas funções como, organizar, definir as rotas de navegação, priorizar a informação, partilhar e formatar o tipo de conhecimento que o usuário deve ter.

Se as funções do gatekeeper reconfiguraram-se de acordo com o meio digital, Lindemann (2007) questiona a sustentabilidade e credibilidade das tarefas do novo editor digital. Percebe-se a inquietação da autora quanto aos comandos ideológicos do *gatekeeper* digital que não são compreendidos por todos os pesquisadores dos novos media. Para alguns, as tarefas do novo editor limitam-se na construção de hipertextos para conteúdos internos e outros acreditam que a hipertextualidade deve oferecer maior liberdade de escolha do usuário.

As teses de hipertextos apresentadas por Noci & Salaverría (2003) e Rost, (2003) não deixam margem de dúvidas que o hipertexto oferece ao usuário uma maior liberdade de leitura, assim como oferece ambiente de colaboração entre o leitor e o jornalista que escreve os textos.

Em síntese, a transição do jornal impresso para o digital abre uma nova relação entre o jornal, o leitor e os conteúdos. Face a estas tendências ou realidades, então a questão é: quais os impactos e os riscos que a hipertextualidade pode trazer para o leitor ou o usuário? Mas a tese de Noci & Salaverría (2003) não deixa dúvidas que a hipertextualidade aplicada no jornalismo digital favorece uma leitura rápida e orientada.

5.4.1. Tipologias de ligações de conteúdos

As interconexões de conteúdos fazem parte integrante da hipertextualidade. Elas dizem respeito às relações diretas entre conteúdos de modo a gerar sentido e retórica digital, ou seja, aquilo que Rost (2003) designa de “ligações semânticas”.

Rost (2003) classifica a conexão entre conteúdos em duas categorias: as ligações estruturais ou de categorias e as ligações semânticas. As ligações estruturais ou de categorias são aquelas que conectam os sistemas de navegação numa página *Web*, caracterizadas por *frames* fixos nos extremos de cada página e que permitem o movimento de navegação e visualização de conteúdos para baixo ou para cima, para esquerda ou direita, enquanto as ligações semânticas têm a ver com as conexões de conteúdos entre si. Estes são utilizados para gerar sentido, associar os conteúdos e criar a retórica nos textos digitais, (Rost, 2003: 176)

As conexões entre conteúdos não só interligam a informação, mas é a base que permite acrescentar valores diferenciados ao jornalismo digital. Elas introduzem novas formas de disponibilização de informação, levando o leitor directamente às fontes de informação ou abrindo a possibilidade de participação interativa do leitor. Elas dividem-se em quatro categorias distintas. (Rost, 2003:176-181):

a) Segundo a hierarquia-são ligações que permitem a localização dos “nós” na estruturação hipertextuais e, simultaneamente são os que permitem estabelecer diferentes relações entre conteúdos como, por exemplo, matérias que se relacionam, ou uma ligação que gera uma estrutura vertical de conteúdos a partir de um nó de entrada ou as duas coisas;

b) Segundo os conteúdos-são ligações que permitem a contextualização, a documentação e a interactividade entre os usuários. Inclui nesta categoria aspectos relacionados com matérias de actualidade, ligações cronológica de conteúdos, documentários e a interactividade com os usuários;

c) Segundo o espaçamento-tem a ver com o relacionamento de conteúdos baseados no espaço temporal, que pode ser entre assuntos da mesma secção, ou de forma transversal ou ligação com matérias externas que levam o usuário a outras páginas Web;

d) Ligação segundo a morfologia da informação-relaciona-se com ligações que apontam para vídeos, textos, imagens e gráficos interativos.

5.5 Multimedialidade

De acordo com Carvalho (2002), a palavra multimédia surgiu no final da década 50 no livro de Lewis e Harclerod intitulado *instructional media and methods de Brown*. O termo multimédia tem aparecido em contextos e significados diferentes: aparelhos de apresentação de mensagens; apresentação ou sessões que tiram partido mais de um formato, *software* educativos multimédia, sistemas multimédia, etc. (Carvalho, 2002: 246-248).

A definição de multimedialidade de Rado (1995) e apropriada por Carvalho (2002) encerra em si a história e importantes funções desta característica técnica. Para o jornalismo, ela apresenta os conteúdos noticiosos em mais de um formato, facto que imprime um grande impacto nas empresas jornalísticas que buscam novas formas de contar as histórias.

O verdadeiro conceito de multimédia começou a ganhar forma quando o avanço tecnológico permitiu combinar mais de um formato no mesmo documento informativo, aquilo que hoje se designa de convergência, assunto discutido com detalhes por Jenkins

(2006). Assim sendo, a multimedialidade constitui a matriz que deu origem a interatividade, caracterizada pela integração de documentos em forma de texto, vídeo, imagem, gráficos. (Carvalho, 2002: 248-249, Canavilhas, 2007: 87-90).

Bardoel & Deuze (2001) notam uma certa potencialidade da multimedialidade em poder revolucionar o jornalismo digital ou enriquecê-lo com novas narrativas jornalísticas.

A multimedialidade representa uma viragem da narrativa jornalística no ambiente digital, pois tira todas as vantagens comunicacionais como texto, imagem, som e gráficos animados num único elemento, multimédia. Além de apresentar uma nova dinâmica comunicacional, multimédia não conflitua de modo nenhum com as narrativas dos media tradicionais, antes pelo contrário, amplia-as. (Bardoel & Deuze, 2001).

Canavilhas (2013: 12) chama atenção para um tipo de “multimedialidade na sua conceção mais ampla”, que não só emprega o texto, som e vídeo numa só peça informativa, mas que agrega a hipertextualidade e interatividade. Em tese, esta combinação não separa os elementos característicos do jornalismo digital, mas embute-as no mesmo bloco de notícia e oferece uma informação integrada, uma maior liberdade de percurso textual e a possibilidade do usuário poder interagir com o texto (corrigir ou acrescentar).

O Jornal *New York Times* deu exemplo duma multimedialidade perfeita numa reportagem jornalística intitulada “*Snow Fall- The avalanche at Tunnel Creek*”. A tal notícia integra texto, fotos, vídeos, animações gráficas. Desta forma, o jornal *New York Times* inicia a materialização da verdadeira multimedialidade. (Ferreira, 2012).

A tentativa de disponibilização de material multimédia noticioso tem conquistado cada vez mais o número de consumidores. De acordo com Madden (2007) os usuários da Internet tendem a consumir cada vez mais vídeos noticiosos, um comportamento que a autora considera uma atitude que tem contribuído para o fenómeno viral na Internet, através da partilha massiva.

Dois pontos saltam à vista no estudo da Madden (2007) sobre o novo comportamento de consumidor de conteúdos noticiosos na Internet. O primeiro ponto é que a quantidade de informação que circula na Internet altera o comportamento de consumo de conteúdos extensos e dá lugar ao consumo de conteúdos rápidos e precisos. O segundo ponto é o próprio material multimédia, que tende a se apresentar de forma breve, direta e concisa.

Estudos de Thurman & Lupton (2008) vêm confirmar que no período do declínio da leitura de jornais e de audiência da televisão, os elementos de multimédia (vídeos) de notícias surgem como produtos de consumo imediato. Os autores reconhecem significativas mudanças nos produtos noticiosos. Tais mudanças implicam novas rotinas de trabalho e produtos inovadores.

Os jornais digitais devem ser criativos porque a multimedialidade exige inovação de conteúdos e competitividade. Para Rodrigues (1998: 41) reforça a ideia de que as sucessivas inovações “depressa se transformam numa regra elementar das estratégias de produção e comercialização”. Entende que a inovação está em função da demanda dos consumidores e a concorrência impulsiona neste sentido, porque o ciclo de vida dos produtos torna mais curto, além da rápida saturação dos mercados.

Para uma melhor gestão de conteúdos digitais, tanto López *et al* (2004) e Camus (2009) concordam que não basta dispor de todos os produtos informativos na página *web*, pois é necessário estabelecer política editorial, geração de receitas, revisão constantes dos conteúdos anteriores, definir as estratégias de conteúdos, o marketing dos produtos, etc. Trata-se da estruturação do sistema de gestão de conteúdos que se articula com todo o “ecossistema de produção e distribuição” (López *et al*, 2004: 198, Camus, 2009: 40-41).

Bardoel e Deuze (2001) encontram na multimedialidade uma poderosa ferramenta de comunicação na era digital. A multimedialidade agrupa num só formato o texto, som e imagem dinâmica. Por isso, o seu uso no jornalismo cria um enorme fascínio para os usuários da informação. Neste contexto, Madenn (2007), Thurman & Lupton (2008) interpreta este encanto pela multimedialidade como sendo um fenómeno que resulta do declínio da leitura e que abre espaço para o consumo de produtos imediatos, os vídeos.

Madenn (2007), Thurman & Lupton (2008) criticam que o novo fenómeno de consumo de produtos da multimedialidade reduz os leitores de jornais para a condição de passividade e consequentemente cria o efeito de nivelamento. Entende-se por palavra nivelamento, a mesma posição de quem não sabe ler e consome com fascínio as imagens dinâmicas.

O raciocínio leva-nos a concluir que o sistema de multimedialidade poderá encontrar o ambiente fértil de consumo em comunidades analfabetas ou de multiplicidade linguística, desde que sejam modificados alguns elementos internos para adaptar ao contexto.

McAthy (2013) acredita que no jornalismo digital os usuários são importantes na colaboração. Eles podem contribuir para o enriquecimento e avaliação da qualidade de informação, mas para isso é necessário que os media abram as janelas de interatividade com os usuários para que eles possam contribuir com as suas opiniões e partilha de conteúdos, naquilo que Gans (2013) alertava, num outro contexto, para a necessidade dos jornalistas virarem as suas abordagens jornalísticas para o cidadão e não para as elites políticas.

5.6. Instantaneidade

Dalmonte (2009) afirma que a “instantaneidade reforça o papel da importância do presente” e é aplicado para caracterizar o período de tempo muito reduzido entre a ocorrência do facto e a divulgação. Em simultânea também significa a celeridade na disponibilização de notícias quase que em tempo real com a ocorrência dos factos. Ela ganhou um grande impulso no jornalismo digital e tornou-se uma nova forma de credibilização dos factos junto dos usuários.

Para Ammadori & Marque (2009), o fenómeno deve ser visto de avesso, pois a instantaneidade é uma resposta de novos media a demanda por notícias em tempo real, pois os factos deferidos deixaram de ser do interesse dos consumidores de informação.

Então levanta-se uma questão de fundo de grande pertinência para o jornalismo digital. Qual é a duração de instantaneidade? Lopez *et al* (2003) responde que existem desafios colocados às redações digitais de ter que permanecer de sentinela para atualizar constantemente os conteúdos, porque o meio digital tem a obrigação de informar aos seus usuários na medida em que os factos ocorrem.

Na tentativa de observar algumas estratégias de construção de sentido usadas pelos jornais digitais para garantir o efeito de tempo real nas suas coberturas, Bueno (2007) centra-se no estudo dos intervalos de “tempo” em que se produzem as notícias. O Autor analisou os blocos de notícias apresentadas em camadas, notícia a notícia, e as respetivas horas, minutos e data e chegou a conclusão que o tempo real ou instantaneidade no

jornalismo digital corresponde ao momento em que os factos acontecem e que estão em reciprocidade com o momento de cobertura e da publicação da notícia.

Deste modo, a autora deixa claro que os parâmetros de medição da instantaneidade baseiam-se nos intervalos de tempo que separa a ocorrência do primeiro facto e os subsequentes desenvolvimentos.

Entende-se em Lopez *et al* (2003) que a instantaneidade no jornalismo ganha importância quando ela se aproxima aos factos e segue-os, quase em sincronia, à medida que eles vão evoluindo.

Para além de uma vigilância contínua, Tellaroli (s/d) refere que essa cobertura contínua dos factos noticiosos veio romper com a barreira do tempo e espaço, conceitos que eram tabus e intransponíveis para os media tradicionais como o jornal e a televisão. Ainda mais, o jornalismo digital amplificou o conceito de velocidade e acelerou o ritmo de produção de notícias.

Não restam dúvidas que a instantaneidade amplia o acesso e a velocidade de repasse das informações e obriga, muitas vezes, a um novo processo de produção justificada pela busca constante de informação reunindo recursos de vários media: sons, textos, imagens, vídeos, etc. Então, o que torna uma notícia credível. (Almeida. & Abreu, 2005:457).

Se a data, a hora e os minutos estiverem próximos do momento em que ocorrem os factos, são provas irrefutáveis da instantaneidade, porque os usuários desejam notícias da atualidade e porque a “instantaneidade é um valor essencial que multiplica a importância da atualização”. (Marcet *et al*. 2007:321).

Bueno (2007) questiona as estratégias usadas para tornar as notícias instantâneas ou do tempo real. Para ela, os jornais, na tentativa de alcançar a objetividade e imparcialidade produzem “efeitos de vizinhança” entre o tempo cronológico e o tempo de inserção das notícias através do uso de expressões como “agora”, “ neste momento”, transformando assim os factos noticiosos do passado em atualidades em curso.

Quanto à atualização, Lopez *et al*. (2003:207-208) afirmam que existem critérios diferentes de atualização dos conteúdos. Há o desafio do jornalismo digital de ter que atua-

lizar as notícias de minuto-a-minuto, porque o meio digital têm a obrigação de informar aos seus usuários na medida em que as notícias ocorrem.

Alguns jornais como por exemplo, *Le Monde*, adotam o sistema de atualização em três turnos, manhã, meio-dia e a noite e reserva um espaço de atualização contínua de notícias. (Delmonte, 2009: 201).

5.7. Memória

Os arquivos digitais desempenham o papel fundamental nos novos media que os produzem e armazenam. Eles são na sua essência a memória dos media e o manancial de informação e de conhecimento.

O modelo tradicional de memória, gerido pelos centros de documentação de imprensa, tinham o objetivo de armazenamento de informação. De acordo com Martinez et al (2002), eram tarefas feitas de forma manual e repetitivas durante longos anos e cumprindo os mesmos objetivos de armazenar e dispor aos seus usuários a informação.

Segundo a Declaração Universal sobre os Arquivos descreve o seguinte:

Arquivos são um património único e insubstituível transmitido de uma geração a outra. Documentos de arquivo são geridos desde a criação para preservar seu valor e significado. Arquivos são fontes confiáveis de informação para ações administrativas responsáveis e transparentes. Desempenham um papel essencial no desenvolvimento das sociedades ao contribuir para a constituição e salvaguarda da memória individual e coletiva. O livre acesso aos arquivos enriquece o conhecimento sobre a sociedade humana, promove a democracia, protege os direitos dos cidadãos e aumenta a qualidade de vida. (ICA, 2011).

Em conformidade com a Declaração Universal sobre os Arquivos, a sua função ainda mantém-se a mesma, mas com o fenómeno de digitalização os processos de armazenamento e recuperação mudaram radicalmente, aquilo que Lacoba (2005) já anunciava que os centros de documentação dos jornais estavam a passar para a era da digitalização. A autora reconhecia na altura o peso da documentação no jornalismo digital como elemento que acrescentava valor aos conteúdos noticiosos e colocava o meio digital em vantagem competitiva relativamente ao meio tradicional, (Lacoba, 2005: 153-154).

Para melhor perceber a evolução do centro de documentação das redações tradicionais até a base de dados, Lacoba (2005) citando o artigo da Nora Paul intitulado *Media libraries and New Media*, apresenta uma cronologia história da evolução dos centros de documentação até a memória conservada na base de dados. O autor descreve de seguinte modo cada uma das fases. (Lacoba, 2005: 155-159):

- **Documentalista**-corresponde ao período em que os serviços de documentação possuem cópias únicas dos recursos de informação em formato de papel, cuja responsabilidade de conservação, controlo, localização, recuperação e a supervisão de uso cabia a um documentalista;
- **Intermediário**-corresponde ao período em que começa o processo de informatização e as bases de dados começam a armazenar e a difundir a informação. Nesta fase, os serviços de documentação desempenhavam apenas o papel de intermediário entre a redação e o centro de documentação. Neste período cria-se a sensação que o documentalista não era mais uma ajuda aos jornalistas, mas um obstáculo para o acesso à informação;
- **Guia do usuário final**- face a grande quantidade de informação em circulação na Internet, então, começa-se a questionar o papel do documentalista, dado que o usuário final pode aceder diretamente a informação na base de dados.

Muitos dos produtos informativos digitais provém dos centros de documentação de redações analógicas. Por isso, o novo serviço de documentação digital é considerado centro de recursos multimédia e integrado na cadeia de produção jornalística, por sua rentabilidade científica, económica e social. (Lacoba, 2005):

Palácios (2008) retoma o discurso de centro de documentação numa outra abordagem virada para memória digital. O autor define a memória como sendo formas de “disponibilização *online* de toda a informação anteriormente produzida e armazenada, através da criação de arquivos digitais com sistemas sofisticados de indexação e recuperação de informação”. (Palácios, 2008:94).

Não restam dúvidas que o jornalismo digital é o responsável pela produção de grande quantidade de informação, Marcet *et al* (2007). Assim sendo, a capacidade que o novo meio tem de informar sobre temas de interesse público é potencialmente ilimitado, daí

então é importante o processo de atualização e armazenamento de informação. (Marcet *et al*, 2007: 327).

Palácios (2008) explica que a memória digital é a base fundamental para apuração da qualidade do jornalismo digital. Para o autor ela não é só um meio de armazenamento de textos, mas uma base de dados mais alargada na qual se pode armazenar e recuperar de formar independente ou agregada de gráficos, imagens, textos, vídeos e sons.

Tecnicamente, ao elaborar a arquitetura da informação da página Web noticiosa deve-se estudar a quantidade de conteúdos que vai circular e que vai ser armazenada na Web, pois o arquiteto de informação ou o *Web designer* deve conhecer o volume de conteúdos que vai gerar num determinado espaço de tempo, de modo a planificar a sua gestão.

Mas uma das questões a ter em conta numa memória digital é a recuperação (*retrieval*). Por isso, as redações digitais devem possuir um sistema de armazenamento e gestão de conteúdos, um recurso que permitem aos editores, repórteres, usuários e todos envolvidos tenham acesso aos conteúdos armazenados para diversos fins: associações de factos, revisão, seguimento de factos ou mesmo para publicação. (Weiss & Schwingel, 2008; 98).

De acordo com Palácios & Noci (2007), actualmente a indexação e recuperação de informação na Web aponta uma nova tendência designada “Web Semântica”. Trata-se de uma técnica de estruturação dos sentidos dos conteúdos da Web. A tal técnica tem como interface o motor de busca, o recuperador.

Para Palácios & Noci (2007) a Web semântica é uma técnica que veio revolucionar a memória dos jornais digitais e abrir espaço de acesso à informação e conhecimento como um bem comum. O motor de busca e recuperação permite a busca de documentos em forma de textos, imagem, som, vídeo, na base de dados da página Web.

Lopez *et al*. (2003:210-220) apontam a existência de três modelos de recuperação de informação: aberto, fechado e guiado, como a seguir os detalham:

a) **Modelo aberto** é aquele que oferece ao usuário todas as possibilidades de recuperação sem nenhum limite textual. Os modelos abertos utilizam técnicas diferentes: os que usam formulários de busca e os que oferecem através de formulário fechado, todas as possibilidades de recuperar um determinado conteúdo

b) **Modelo fechado**- os modelos fechados são todos aqueles que oferecem ao usuário um só critério de recuperação, rompendo com a filosofia de arquitetura de informação.

c) **Modelo guiado**- é aquele em que oferece ao usuário um número limitado de consulta. Trata-se de modelo médio entre o aberto e fechado

O modelo mais adequado para memória de um jornal é modelo aberto. Este, reconhecendo as suas limitações internas aponta ao usuário alternativo de busca fora da base de dados do jornal.

5.8. Personalização de conteúdos

A personalização de conteúdos informativos nos media digitais consiste em alterar os conteúdos noticiosos de acordo com as necessidades dos usuários. Marcet *et al* (2007) entendem a personalização como sendo a capacidade que o usuário tem de “aceder de forma individualizada a qualquer conteúdo informativo que se encontra na rede”. (Marcet *et al*, 2007:321).

O entendimento destes autores sobre a personalização de conteúdos ainda não é perfeito para responder à questão numa perspetiva de media digitais. O objetivo é querer entender a personalização como uma negociação entre o usuário e os produtores de conteúdos.

Em função dos seus gostos e interesses, o usuário decide para si os conteúdos do seu consumo e, em contrapartida, o produtor dispõe-os de acordo com os seus hábitos e preferências. Para que isto aconteça é necessário que o produtor de conteúdo tenha o histórico de visita dos usuários no *site* de modo que se permita o registo e acompanhamento das suas navegações.

Para que a personalização seja efetiva, o usuário estabelece uma relação de proximidade com o produtor de conteúdo. Ele deve ser bastante exigente na fiabilidade da informação. Esta relação implica uma negociação entre o produtor de conteúdo e o usuário. O produtor liberta ou torna pública a informação e o usuário subscreve, avalia, responde questionário e partilha a informação. Esse acordo é baseado no princípio implícito de não coação.

Existem três formas de obter o histórico do usuário: através das estatísticas internas de visitas, através das preferências dos usuários ao avaliar os conteúdos do *Web site* noticioso e, por último através do botão *like* e acompanhar, presente nas contas dos *sites* noticiosos presentes nas redes sociais da Internet, inclusive *twitter*. Deste modo, o produtor de conteúdo ou o editor das redes sociais pode coletar centenas de informações comportamentais de usuários. Ele pode ver quem é que tem interesse pela matéria e até pode estabelecer um diálogo com o usuário.

Como se pode notar, a vantagem da presença de um jornal nas redes sociais da Internet é de permitir, não só a fidelização dos usuários, também oferece as trilhas seguidas pelos usuários como registar as notícias de grande interesse, definir os hábitos de navegação, etc.

A personalização de um meio pode ser ativa ou passiva, ela é ativa quando o usuário define suas preferências de conteúdos, cada vez que entra na *web* escolhe os assuntos do seu interesse e subscreve-os. Enquanto o usuário passivo é aquele que se deixa guiar pelas propostas do editor. (Lopez *et al.* 2003:226).

De acordo com Lopez et al. (2003:226) existem cinco categorias de personalização:

- **Agência gráfica**-relacionado com uma adaptação de usabilidade às capacidades de decodificação do usuário,
- **Conteúdos informativos**-o usuário estabelece critérios de visualização dos conteúdos, seleccionando alguns e descartando ou limitando outros,
- **Serviço**- o usuário seleciona os critérios de representação de conteúdos em função da sua preferência,
- **Envio de informação**-o usuário escolhe o tipo de informação que deseja receber no seu correio eletrónico procedente do meio digital da sua frequência,

- **Visualização de multimédia**-o usuário escolhe seus critérios de personalização em função das tecnologias visualizadas que tenha no seu computador.

Saltam à vista nestas tipologias de personalização de conteúdos duas atitudes do usuário: a passiva, na qual recebe de forma bombardeada a informação e a ativa, o usuário assume o controlo de escolha de informação que responde aos seus gostos e interesse.

Briggs (2007) observa a seguinte articulação entre o usuário e os conteúdos no processo de personalização, que o correio electrónico não é capaz de partilhar toda a informação importante que circula na Internet. *RSS* pode fazê-lo e ajudar a capturar e partilhar muita informação com apenas um clique. Permite fazer uma assinatura para acesso a um *feed* que é transmitido diretamente a seu leitor *RSS* ou navegador *Web*. Ao invés de navegar diversas páginas *Web*, *RSS* permite fazer a coleta de todo o *feed* para o seu computador. (Briggs, 2007: 17-18).

Existem dois tipos de leitores *RSS* para se escolher, o que é baseado na *Web*, ao qual se conecta acessando a página específica da *Web* e outro leitor é baseado em programas de *software* autónomo, que se baixa para o computador e depois executa-se.

RSS apresenta o grau muito alto de confiabilidade de entrega de conteúdos. De acordo com Briggs (2007), alguns *feed do RSS* fornecem ao usuário o primeiro parágrafo do artigo e obriga-o a visitar a página *Web*, onde o material está hospedado de modo a ter acesso ao material integral. (Briggs, 2007: 19).

Estudos recentes revelam que o uso de *feed RSS* está em declínio e no seu lugar os usuários preferem usar a subscrição por correio electrónico ou o uso de *feed RSS* orientado para o envio de *e-mail*, *twitter*, impressão, *chat*, partilha, *instagram*, etc. (Chen, 2013). O declínio é mais expressivo a partir de 2007, como demonstra a figura que se segue:

Gráfico nº 8: Uso do *Feed RSS*

Web Search Interest: *rss*. Worldwide, 2004 - present.

Interest over time

The number 100 represents the peak search interest



Fonte: Chen (2013)

O pico mais alto do uso do *feed RSS* regista-se entre 2005 a 2007 altura em que existia a massificação dos *blogs*, os anos que seguiram até 2013, foram do declínio.

Por isso, Lopez et al. (2006) apercebendo-se da demanda de qualidade de informação pelos usuários defendem que antes da arquitetura de informação e muito antes de avançar para a personalização de conteúdos é preciso ter em conta quatro aspetos fundamentais: atualização, quantidade de conteúdo, a hierarquia de informação e os recursos de retro informação. (Lopez et al.2006:207-210).

As considerações finais deste capítulo destacam oito observações fundamentais sobre os elementos caraterísticos do jornalismo digital: i) arquitetura de informação; ii) a interatividade e participação; iii) ubiquidade; iv) hipertextualidade, v) instantaneidade; vi) memória, vii) multimedialidade e, viii) personalização de conteúdos.

Nalan (2003) recomenda que antes de mudança para o jornalismo digital é fundamental que a equipa de redação planifique detalhadamente o modo como irá funcionar a página *web* de notícias. A mesma posição é defendida López et al. (2003) numa perspetiva mais estrutural e em termos de sistematização de informação.

Quando se toca na questão de arquitetura de informação, de acordo com Palácios e Noci (2007) a questão transcende a simples sistematização e inclui apresentação gráfica dos conteúdos, acessibilidade e estrutura da página. Neste ponto concordo com os autores

no aspeto de acessibilidade porque o jornalismo digital implica a acessibilidade de informação para pessoas portadoras de deficiências. Quanto mais simples for o esquema de acesso e navegação na página web de informação mais acessíveis tornam os conteúdos.

Enquanto o tema de interatividade e participação tratado por Outing (2005) e Machado (2009) abre um novo campo de debate que envolve a participação do usuário no jornalismo digital. Trata de uma negociação implícita entre a redação e os usuários, num contrato em que os jornalistas disponibilizam a informação e o usuário deve desempenhar o papel de comentar, avaliar e partilhar.

Os jornais em formato de papel não tinham a capacidade de desenvolver uma interação perfeita. Graças às novas tecnologias referidas por Cardoso (2009), a invenção da *Web 2.0* foi o fator revolucionário no jornalismo em termos de interação e participação dos usuários. Este aspeto tem a vantagem de envolvimento, não só de indivíduos, mas a colaboração de grupos virtuais baseados na Internet.

Os jornais digitais, pelas suas características, deixam de produzir notícias para uma comunidade local. A ubiquidade torna os jornais digitais mais universais graças ao poder da Internet, naquilo que Muñoz (2006) classifica de universalidade de informação.

Um dos elementos característicos que torna o jornalismo digital mais interessante é a hipertextualidade, que eu considero de manifesto da liberdade de acesso à informação e do conhecimento. Antes, os jornais limitavam a informação escrita ao espaço disponível. A hipertextualidade veio quebrar com o conceito de limite e abriu os textos a uma infinidade de ligações e fontes de informação.

Rost (2003) demonstra através de gráficos o poder da hipertextualidade no jornalismo digital. Entende-se na explicação do autor que apesar de a hipertextualidade oferecer a liberdade de acesso à informação, existem algumas ideologias subjacentes nas empresas de comunicação digital que limitam o acesso à informação através de esquemas fechados de navegação.

O fascínio do jornalismo digital, do ponto de vista dos usuários, é a sua capacidade de reportar as notícias no tempo próximo da sua ocorrência, aquilo que é designado de instantaneidade. Dalmonte (2009) diz que a instantaneidade “ reforça o papel da importân-

cia do presente”, mas a questão que nos deixa com dúvidas nestas reflexões é o conceito de tempo. Entendo aqui que o tempo no jornalismo digital remete-nos à duração da notícia mensurada pela data, horas e minutos mais próximos das ocorrências dos factos, naquilo que Marcet *et al.* (2007) consideram o valor essencial para os consumidores modernos de informação jornalística. Tal valor implica a vigilância constante do jornalista quanto aos fatos noticiosos.

A multimedialidade defendida por Bardoel & Deuze (2001) como fator revolucionário da narrativa jornalística, mais tarde Canavilhas (2013) chama atenção no mesmo sentido acrescentando que a multimedialidade não só emprega som, vídeo e texto numa só peça informativa, também agrega a hipertextualidade e a interatividade.

No aspeto focado por Canavilha (2013) quanto aos novos elementos incorporados na multimedialidade, o jornal *New York Times* demonstrou na sua edição de Fevereiro de 2012 através de uma reportagem intitulada *Snow fall- The Avalanche et Tunnel Creek*, que era possível combinar no mesmo texto jornalístico a imagem, som, vídeo, hipertexto e interatividade.

A memória no jornalismo digital revolucionou a forma do armazenamento e recuperação de informação. Lacoba (2005) já dizia que era preciso mudanças nos processos de gestão de informação dos jornais para o sistema digital. Porque a velocidade de informação no jornalismo digital, associado ao espaço no ecrã, a memória desempenha o papel importante na recuperação de informação.

Tanto Palácios (2008) como López *et al.* (2003) esclarecem que a memória no jornalismo digital permite a recuperação instantânea de informação, pesquisa, acompanhamento das notícias desde o primeiro momento da sua ocorrência, relacionamento, confrontação e investigação.

A personalização de conteúdo é feita por muitas ferramentas disponibilizadas pelas empresas ligadas às novas tecnologias. As ferramentas respondem à preocupação de usuários mais seletivos de conteúdos. Chen (2013) fala do abandono pelos usuários da tecnologia *feed RSS*, que permite a partilha personalizada de informação e o regresso ao uso do *e-mail*. Na minha opinião, o *feed RSS* ainda mantém o seu encanto de personalização de conteúdos porque permite agregar informação precisa para o usuário.

PARTE II

CAPITULO VI- ANÁLISE EMPÍRICA DOS JORNAIS *NOTÍCIAS E @ VERDADE*

6.1.Elementos de análise

O objetivo do estudo de caso visa obter resposta inquietante aos problemas de Quem? Como? Quando e Onde? (Yin, 2009). Nos dois casos de estudos, *Jornal Notícias* e *@ Verdade*. O objetivo orienta-se no sentido de descobrir os elementos característicos do jornalismo digital que permitem competitividade e articulação com audiência marginalizada da sociedade. Para o seu alcance são analisadas as seguintes variáveis: arquitetura da página *Web*; multimedialidade; interatividade; hipertextualidade, instantaneidade, memória, personalização e ubiquidade.

Arquitetura da página Web-Visa estudar a construção da página Web e os seus elementos estéticos que permitem acessibilidade e navegação confortável. A arquitetura inclui acessibilidade e navegação. Neste campo aplicamos o método de avaliação qualitativo baseado em 8 variáveis: barra de navegação, navegação por teclado, compreensão dos conteúdos, motor de busca interna e externo, compatibilidade com outras tecnologias. Por outro lado, fizemos a questão de avaliar a acessibilidade e navegação para pessoas portadoras de deficiência.

Multimedialidade-Analiza os elementos comunicativos integrados na multimedialidade (texto, som e imagem).O objetivo é encontrar em cada um dos elementos o grau de equilíbrio com que são usados com vista a identificar o índice de multimedialidade. (Palácios & Noci, 2007).

Interatividade e participação-Estes elementos são analisados de forma desagregada em Zamith (2008). Mas a fronteira entre a interatividade e participação é demasiada ténue. Por isso, neste estudo a análise será feita de forma agregada. Para a variável interatividade visa averiguar o grau de abertura das páginas *web* a participação do cidadão nas três fases de produção de conteúdos noticiosos: a captação, publicação e comentários. A interatividade, neste estudo de casos, é direcionada em dois enfoques principais, (Palácios & Noci 2007):

- a) *Ao tipo de interatividade*, no qual se analisa a interatividade aberta, ou seja, aquela em que todos podem participar com as suas ideias na elaboração ou enriquecimento de conteúdos e a interatividade autoral em que só são permitidos a participarem todos os usuários, mas sem possibilidade de intervenção,
- b) As estruturas classificam-se de seguinte forma: estruturas fixas, aquelas que são modificáveis mediante a substituição do autor; estruturas aleatórias, aquelas em que o usuário desconhece o destino ao qual é conduzido pelas nós de ligações propostos em que, às vezes, aparecem elementos lúdicos e de surpresa; estruturas relacionais, que recolhem informações dos usuários e em função delas organizam informação que lhes interessa; e por fim a estrutura contributiva, aquela que permite aos usuários contribuir nos conteúdos. (Palácios & Noci, 2007).

Na análise da interatividade vai se ter em conta outros elementos transversais a ela como, por exemplo, o grau de diálogo que se fomenta, os *chats* moderados ou não; a instantaneidade ou não de interatividade, correios eletrónicos, fórum de discussão, etc.

Hipertextualidade-Visa estudar as estruturas hipertextuais e a forma como elas se relacionam de forma coerente e de que forma conseguem garantir a sua eficácia comunicativa, Palacios & Noci (2007). A análise focaliza-se em dois aspectos: a composição e a estrutura hipertextual.

A estrutura hipertextual-Refere-se a forma como são construídos os hipertextos: lineares, árvoreas ou combinação das duas formas. Este tipo de análise visa determinar o grau e tipo de coerência estabelecida entre os nós e permite conhecer a amplitude e a profundidade da superestrutura do género e o alcance dos conteúdos. (Palacios & Noci, 2007)

Instantaneidade

Esta variável estuda o número de acontecimentos por unidade de tempo mensurado num intervalo de tempo. Foi agregada com uma das variáveis de proximidade a instantaneidade. Ela tem a ver com o conceito de tempo “real”, ou seja, a publicação de notícias no momento exato em que ocorrem os fatos.

Memória-Visa estudar disponibilização digital de toda a informação anteriormente produzida e armazenada pelos jornais, através da criação de arquivos digitais com sistemas sofisticados de indexação e recuperação de informação”. (Palácios, 2008:94).

Personalização-Permite segmentar os conteúdos de acordo com as necessidades dos usuários. Esse conceito faz parte das características fundamentais do jornalismo digital e responsável pela melhoria da qualidade dos conteúdos. A metodologia aplicada para avaliação da qualidade de personalização baseia-se na análise da presença de ferramentas que permitem a personalização de conteúdos: sistema de envio de notícias para diversas plataformas, sistemas de alerta, subscrição (*RSS*), etc.

Ubiquidade-Nessa categoria, a análise de conteúdo baseia-se na verificação da presença de notícias escritas em outras línguas, graças à ferramenta de tradução automática incorporada na página web de notícias. A ferramenta de tradução é a que confere a ubiquidade ou universalidade dos conteúdos disponibilizados.

De acordo com a grelha de análise de Zamith (2008) cada um desses elementos de análise tem uma pontuação mínima de 0 e a máxima de 100 pontos. A distribuição percentual de cada tabela de análise tem a ver com a relevância de cada um dos elementos de avaliação no jornal digital. Sendo a interatividade 25 pontos que corresponde a 25%; hipertextualidade 20 pontos (20%); multimedialidade, instantaneidade/atualização, personalização e memória 12 pontos (12%) e Ubiquidade/tradução automática 4 pontos (4%).

6.2. Análise do Jornal Notícias

O Jornal Notícias nasce no dia 15 de Abril de 1926 na antiga Lourenço Marques, propriedade de uma sociedade constituída advogado e tenente Eduardo Saldanha e o industrial Paulino dos Santos Gil e o comerciante José Joaquim de Moraes. Agregaram-se ao projecto Eduardo Saldanha, capitão Manuel Simões Vaz. (Rocha, 2000: 138).

Devido a má sorte, segundo Rocha (2000), o jornal Notícias conseguiu vender apenas 36 exemplares no primeiro número. Por esta situação, o número dos sócios reduziu bastante por não acreditarem no projecto, ficando somente com o capitão Manuel Simões Vaz.

Graças ao crime de morte que ocorreu em Lourenço Marque, terra que nunca tinha visto horrores da tamanha dimensão, seguido do golpe militar de 28 de Maio, o jornal revitalizou-se e despertou a procura, numa edição especial, que vendeu 900 exemplares. (Rocha, 2000:139).

Com a provação da “Lei João Belo¹⁴” o capitão Simões Vaz foi forçado a abdicar o cargo do director do jornal Notícias, no dia 8 de Outubro de 1926, e sendo substituído pelo advogado Francisco Veloso e depois pelo médico João Lomelino, e por morte deste, pelo médico António Alves Palma Calado e finalmente o capitão Simões Vaz foi permitido à direção do jornal. (Rocha, 2000:139).

Rocha (2000) escreve que Jornal *Notícias* continuou a prosperar, ao lado de “*The Lourenço Marques Guardian*”, de propriedade maioritariamente estrangeiro. Em 1967 o jornal Notícias tornou-se uma sociedade anónima e deixou de pertencer ao seu fundador, capitão Manuel Simões Vaz. Durante a sua vigência anterior nunca lançou críticas contra o Estado novo e a sua política. Entre 1943 a 1946, o *Notícias* passou a editar um suplemento especial, o *Notícias de Domingo*, redigido e impresso durante a semana e que tinha uma linha recreativa. Já em 1933 a 1934, passou a publicar uma edição quinzenal, *O Ilustrado*. E em 1952 passou a publicar uma edição vespertina, o *Notícias da Tarde*, que teve uma secção em língua inglesa. (Rocha, 2000:139).

Estatalização do Jornal Notícias

No dia 15 de Maio de 1963, o jornal Notícias passou por um processo de estatalização, com a passagem da antiga Sociedade do Notícias, Lda. para sociedade anónima. Com a escritura de transformação assinada, o capital é aumentado em 45 mil escudos, dividido em nove quotas de 5 mil escudos distribuídos por membros da redacção, colaboradores e amigos do proprietário, o capitão Manuel Simões Vaz.

Em 1964, aumentou de novo o capital social para 10 mil contos com a entrada de novos sócios. No dia 18 de Julho de 1967, o capital social passa para 15 mil contos tendo como accionista principal o Banco Nacional Ultramarino, BNU, seguido de outras empresas mais importantes de Moçambique. (Rocha, 2000:208-209).

¹⁴ Trata-se da lei aprovada pelo ministro João Belo, no dia 3 de Setembro de 1926, que regulava a imprensa nas colónias. Uma das cláusulas da lei obrigava que os proprietários dos jornais tivessem o grau académico de licenciatura e não podendo exercer funções de oficiais do exército, (Rocha, 2000:138).

A estatização da imprensa em Moçambique era feita através da participação do BNU, banco emissor da colónia, quer através da tomada do capital pelo banco ou por empresas em que tinha participações maioritárias, quer por mandatário do governo colonial. (Rocha, 2000:208-209).

O último conselho de administração do jornal *Notícias*, nomeado entre 1973-1976, era presidido pelo general Carlos Alberto Barcelos do Nascimento e Silva, tendo como administrador delegado Avelino Correia da Silva de Araújo Dantas. Dantas tornou-se o último diretor das notícias, antes do 25 de Abril de 1974, tendo sido substituído no cargo por Domingos de Mascarenhas, em Fevereiro de 1973, no mesmo ano onde o diário orgulhava-se de ter atingido 11 milhões de exemplares. (Rocha, 2000:209).

Período pós-independência

Segundo os seus novos gestores, após a independência nacional no dia 25 de Junho de 1975, o Jornal *Notícias* assumiu-se como um dos principais veículos de mensagens da liberdade. Um dos principais contribuintes para o alcance da unidade nacional e da necessidade de reconstrução do país.

No início o jornal tinha um carácter popular, ou seja, o jornal *Notícias* não era só vendido pelos ardinas e distribuídos aos assinantes também era afixado em vitrinas e paredes das ruas dos principais locais e aglomerados populacionais, os chamados “Jornal do povo”.

Os principais accionistas da Sociedade do Noticias são, designadamente: o Banco de Moçambique (Banco central). Empresa Moçambicana de Seguros (EMOSE) e a Empresa Petróleos de Moçambique (Petromoc), empresa estatal de refinação e distribuição de combustíveis. Ela inclui ainda alguns pequenos accionistas privados com larga tradição empresarial em Moçambique, como a empresa “João Ferreira dos Santos”.

De acordo com AfriMAP e OSISA, organizações da sociedade civil que apoiam o desenvolvimentos dos media em África, democracia e participação política em Moçambique avaliam negativamente a estrutura acionista do Jornal *Noticias* que se revela mais uma estrutura de lógica estatal. O Estado detém no Jornal *Notícias* quase 42 por cento de título de ações, através do Banco de Moçambique, EMOSE e Petromoc.

Os Estatutos da Sociedade do Noticias, Sociedade Anónima,¹⁵, não indicam os nomes dos accionistas da empresa, sabendo-se que a Lei de Imprensa determina que nas empresas jornalísticas de sociedades anónimas, todas as acções devem ser nominativas.

Tal como aconteceu no regime colonial em que mantinha o jornal notícias sob o controlo estatal, porque é que o novo regime pós-independência mantém o controlo deste órgão como a mesma estrutura accionaria, embora com nomes diferentes?

O jornal advoga-se de serviço público, mas segue a lógica comercial (concentração da publicidades) e pouco alcance às localidades remotas do interior de Moçambique com conteúdos adaptados à situação local? Ou é jornal da elite?

Sendo jornal de serviço público, a Lei de Imprensa define, no seu nº2 do Artigo 11, os princípios que orientam a actividade editorial do sector público no seu todo, estabelecendo que eles têm como principais funções:

- (i) Promover o acesso de todos os cidadãos à informação em todo o país;
- (ii) Garantir uma cobertura noticiosa imparcial, objetiva e equilibrada;
- (iii) Refletir a diversidade de ideias e correntes de opinião de modo equilibrado;
- (iv) Desenvolver a utilização de línguas nacionais.

Mais adiante, a lei estabelece princípios claros de garantia de independência editorial, nos seguintes termos

Os órgãos de informação do sector público cumprem as suas obrigações livres de ingerência de qualquer interesse ou influencia externa que possa comprometer a sua independência e guiam-se na sua actividade por padrões de alta qualidade técnica e profissional. (Lei de Imprensa, 1991).

Devido à indefinição da estrutura accionista do jornal Notícias, Moçambique não tem um jornal que possa ser considerado como pertencente ao sector público. Mas a questão da Sociedade de Notícias, levanta sempre dúvidas. Pois do ponto de vista legal é uma empresa como qualquer outra, com registo comercial.

O problema do Jornal Notícias é que ele é detido na sua maioria pelo Banco de Moçambique, Banco Central, e a empresa pública de seguros, EMOSE. Desta maneira tudo

¹⁵ Estatutos publicados no Boletim da Republica nº25, III Serie, 4º Suplemento, de 10 de Abril de 2007, pp. 45 a 48; e corrigidos pelo Boletim da Republica nº25, III serie, 2º suplemento, de 22 de Junho de 2007, p. 32.

indica que se trata de concorrência desleal, sobretudo quando o Banco Central, que é uma entidade pública, recorre aos fundos públicos para concorrer com o sector privado, sob a pretensão de ser também um ator privado neste mercado.

Em termos de auto-regulação dos órgãos de comunicação públicos, o artigo IX da Declaração de Princípios sobre a Liberdade de Expressão em África preconiza que um sistema de reclamações públicas sobre a comunicação social (imprensa escrita ou radio-difusão) deve existir em conformidades com os seguintes princípios:

- As reclamações devem ser determinadas em conformidade com regras e códigos de conduta estabelecidos por todas as partes interessadas;
- O sistema de queixas deve ser amplamente acessível;
- Deve haver um órgão independente de acolhimento e resposta às reclamações;
- Qualquer órgão regulador criado para decidir sobre reclamações em relação aos conteúdos dos media, incluindo os Conselhos dos Media, devem estar protegidas contra a interferência política, económica ou de qualquer espécie. Os seus poderes devem ser de arbitragem e conciliação, não devendo tentar usurpar o papel dos tribunais.

Em Moçambique não existem experiências de auto-regulação nos órgãos de comunicação social em geral, muito menos a nível do jornal Notícias. Actualmente queixas e reclamações sobre as irregularidades na imprensa são geralmente encaminhadas para o Conselho Superior para a Comunicação Social, CSCS, que não sendo um órgão regulador é, por imposição da Constituição da República, uma entidade “de disciplina e de consulta”, que assegura a independência dos meios de comunicação social, no exercício dos direitos à informação, à liberdade de imprensa, bem como dos direitos de antena e de resposta”, (Constituição da República de Moçambique. Nº1 do Art.50 /2004).

De certa forma, pode-se concluir que há influência de interesses políticos económicos na independência editorial do jornal. Por um lado, existe uma perceção mais ou menos generalizada de que pressões exercidas pelo poder político e pelo poder económico sobre o Jornal *Notícias* têm originado o fenómeno da auto-censura junto dos profissionais do jornal, por outro, o financiamento público a este jornal vai dando espaço a uma influência cada vez crescente de interesses políticos e comerciais, com consequências na independência editorial do jornal.

Versão digital

Depois de 80 anos de existência, o jornal Notícias lançou no dia 15 de Abril de 2008 a sua edição digital. Era claro que o jornal precisava de colocar os seus conteúdos num suporte diferente do tradicional papel, que durante décadas serviu para pôr em circulação, diária, informação ampla, diversificada e interessante para os seus leitores.

Tal como os outros jornais em circulação em Moçambique, o jornal *Notícias* ainda não se lançou na tarefa de editar seus conteúdos somente no formato digital, abandonando o formato em papel. Contrariamente, o Jornal *Notícias* coloca os seus conteúdos na rede digital mas sem abdicar o suporte de papel.

i) Arquitetura de informação

A primeira edição digital do jornal Notícias foi lançada no dia 25 de Abril de 2008, data em que celebrava os 80 anos da fundação do diário em formato em papel. Na sua primeira página apresentavam todas as identidades visuais do jornal em papel, à cor vermelha.

Ao analisar a arquitetura de informação do jornal percebeu-se que ele está dividido em quatro áreas distintas: i) Parte superior da tela, onde estão presentes os *links* de informação sobre a organização e o logotipo do jornal; ii) Coluna das secções, do lado esquerdo, composta pelas seguintes secções: última hora, primeiro plano, capital, nacional, política, opinião, recreia e divulgação, informações úteis, desporto, internacional e cadernos especiais; iii) Coluna central, constituída por pequenos textos de machetes do jornal; iv) Notícias breve.

Partindo do princípio que a página de entrada ou página principal do jornal representa o rosto do jornal, ela representa todo o marketing de comunicação dos produtos e serviços do jornal. Além disso, ela é a mais navegada e vista pelos usuários. Sendo assim, a página de entrada deve apresentar o aspeto visual, estética e *design* mais simples e atrativo.

Arquitetura da informação está montada de seguinte modo: a parte superior da página em que devia estar a barra de navegação, ela é constituída por pequenas informações sobre: o grupo que constitui o jornal, Sociedade de Notícias; os arquivos; secção para anúncios; subscrições; sugestões; questões; mapa do *site* e pesquisa avançada e um espaço para publicidade.

A barra de navegação do jornal Notícias está situada no lado esquerdo da página e constituída por seguintes secções:

- **Última hora**-É uma página, que desde a criação do jornal digital nunca teve conteúdos, pois ainda não é explorada a sua potencialidade.
- **Primeiro plano**-De forma aleatória é colocada uma peça noticiosa e sua hiperligação para o texto integral no qual é assinado pelo autor. Normalmente o texto vem acompanhado de uma fotografia que não correspondem ao primeiro plano.
- **Capital**-É uma secção que insere normalmente duas ou três textos de um parágrafo que abordam assuntos que ocorrem na capital do país. Cada texto é acompanhado por uma foto ou não e uma hiperligação para o texto integral.
- **Nacional**- Tal como as outras secções, o nacional contém duas ou três textos e respetivas ligações hipertextuais para o texto integral.
- **Província em foco**-Trata-se de nova secção incorporada no dia 1 de Novembro de 2010, depois da reforma gráfica do jornal em papel. Dedicar a cada dia um assunto de uma das províncias moçambicanas. No corpo do texto aparecem duas ou três fotos. Cada texto possui no fim um hipertexto que aponta para o texto integral
- **Política**-Contém duas ou três textos e respetivas ligações hipertextuais para o texto integral. É a secção que aborda assuntos da política nacional moçambicana, em destaque para assuntos pró-governamentais.
- **Ciência e ambiente**-É uma das novas páginas incorporadas depois da reforma gráfica do dia 1 de Novembro de 2010. Ela é constituída por dois ou três textos e as respetivas hiperligações para o integral. Aborda assuntos ambientais nacionais e resultados de pesquisas científicas a nível global. Para as pesquisas científicas o texto não aponta nenhuma hiperligação para a fonte original.

- **Opinião**-É uma página que insere o editorial e três ou quatro textos dos colunistas. A sua atualização é diária de acordo com o seu congénere em formato de papel.
- **Recreio e divulgação**-Tal como no formato em papel, esta secção incorpora três ou quatro textos com as hiperligações para o texto integral. Aborda assuntos culturais
- **Informações úteis**-Possui quatro subsecções: Tempo, Farmácia, Maré e Lua. Apenas possuem conteúdos atualizados as subsecções da farmácia em serviço, Maré e a Lua. Quanto ao Tempo, remete para a consulta do site do Instituto Nacional de Meteorologia
- **Desporto**-É a secção mais extensa do jornal digital. Contempla diariamente 15 a 16 textos sobre o desporto nacional e internacional. Cada texto resumo tem a sua hiperligação para o texto integral.
- **Internacional**-Incorpora diariamente 5 a 6 textos atualizados com as respetivas hiperligações para uma janela com o texto integral.
- **Página da mulher**-É a secção que aborda assuntos relativos à mulher. Contém, muitas vezes, duas ou três textos com hiperligações para o texto integral. A sua atualização é esporádica
- **Caderno cultural**-É a secção que incorpora parte de textos do encarte publicado semanalmente, às quarta-feiras. Aborda assuntos culturais diversos. A sua atualização é semanal.
- **Caderno de economia**-Tal como o caderno cultural insere partes de textos publicados no encarte, as sextas-feiras. Aborda assuntos diversos da economia nacional e internacional e inclusive alguns artigos de opinião de carácter económico.

Outros cadernos como: 85 anos do jornal Notícias; Beira 100 anos, Maputo 120 anos; Suplemento fim do ano; Independência 35 anos; Especial HCB; Especial Ponte sobre Zambeze; Integração regional e Suplemento 7 de Abril são cadernos publicados em edições especiais. Não possui nenhuma atualização, mas funcionam como arquivos.

O acesso a cada uma das secções é possível mediante um “clic” sobre a secção e em seguida aparece um conjunto de textos noticiosos. Para o acesso ao texto integral deve-se fazer outro “clic”.

Depois da reforma do visual gráfico do jornal Notícias em papel, no dia 1 de Novembro de 2010, o diário digital também sofreu ligeira alteração. Passou a incorporar três novas secções: Província em foco, Ciência e ambiente e Página da mulher.

A primeira reforma visual do Jornal Notícias digital ocorreu em Agosto de 2013, poucos dias antes da entrega desta tese de doutoramento. Em síntese, a nova arquitetura evoluiu ligeiramente em relação ao anterior, no que toca à barra de navegação, alguns aspetos da interatividade e participação, presença no *Facebook* e textos dinâmicos. Restantes elementos analisados neste capítulo mantêm-se inalterado.

A coluna central é composta por um texto que varia entre três a quatro parágrafos da matéria de destaque. O resto do texto integral é apontado para uma hiperligação noutra janela Esta coluna é a única que suporta uma fotografia.

Na última coluna do lado direito estão inseridas as notícias breves tal como aparecem no seu congénere em papel, mas com diferença nas hiperligações para texto integral.



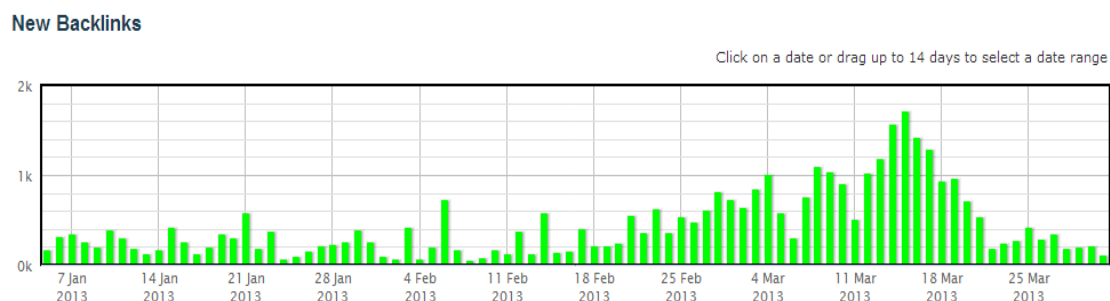
No aspeto da arquitetura de informação do Jornal *Notícias*, ou seja, no que diz respeito à organização, à facilidade de navegação, à simplicidade de navegação, à relevância dos conteúdos, à coerência, à rapidez e às pesquisas de informação noticiosa, durante a análise salta à vista a ausência de conteúdos informativos válidos nas seguintes secções: última hora, informações úteis, automóveis, imobiliária e emprego.

No que toca a presencialidade de requerimentos técnicos especiais como (*PDF, Quick time, Acrobat read*, etc.), palavras cruzadas, brincadeiras, jogos infantis, *download* grátis, passatempos, jogos on-line, página infantil, blogs, jogos da memória, enfim, elementos que visam estimular e proporcionar ao usuários serviços de diversão sem necessidade de sair da página, o Jornal não apresenta nenhum destes serviços na sua página *Web*.

O conceito de acessibilidade e navegação não se restringe apenas à quantidade de informação disponibilizada aos usuários, inclui também as facilidades externas de aceder ao *website*.

No exercício de aferição de acessibilidade e navegação a partir do exterior foi submetido o endereço eletrónico do jornal, através do verificador eletrónico, situado em <https://www.majesticseo.com/>, o resultado do relatório confirmou que o jornal é acessível e navegável. Conforme ilustra o gráfico de acessibilidade do jornal:

Gráfico nº9: Acessibilidade do Jornal *Notícias*

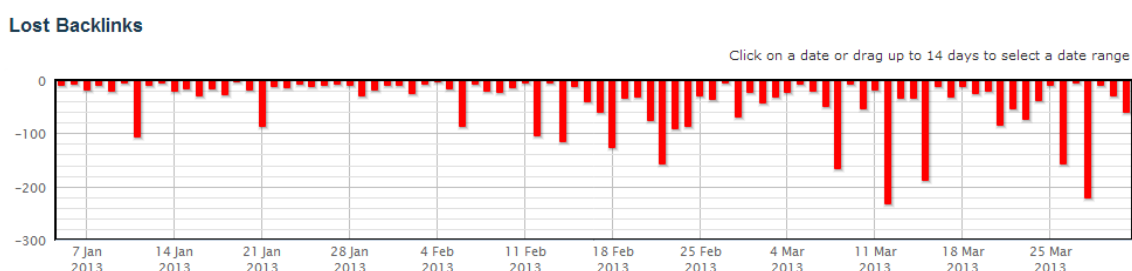


Fonte: <https://www.majesticseo.com/>

A figura ilustra que de Janeiro de 2013 até finais de Fevereiro de 2013 o *Jornal Notícias* teve o período de pouca procura pelos seus conteúdos, a partir de finais de Fevereiro a demanda cresceu. Em meados de Março teve o seu pico máximo procura e até aos finais do mesmo mês houve uma queda acentuada. De acordo com o sistema de verificação citado, o grosso número dos usuários é canalizado através de *blogs* escritos por moçambicanos residentes fora do país, nomeadamente:

- <http://viravento.blogspot.pt/>
- <http://oficinadesociologia.blogspot.pt/>,
- <http://ma-schamba.com/>
- <http://www.rm.co.mz/>,
- <http://nunaweb.blogspot.pt/>
- <http://noticias.sapo.mz/>.

Os dois últimos *blogs*, <http://nunaweb.blogspot.pt/> e <http://noticias.sapo.mz/>, têm tido dificuldades de acesso à informação da edição digital do jornal notícias, como demonstra a figura que se segue:



A figura remete-nos a análise de que o mau desempenho de *Jornal Notícias*, em termos de acessibilidade, está associado à incapacidade de responder ao fluxo de demandas nos momentos altos, a baixa qualidade da Internet e a estreita largura da banda. Mesmo para os usuários individuais, o *site* apresenta-se pesado e lento no ato de carregamento.

Quanto à adaptabilidade da resolução do ecrã aos outros dispositivos de receção de conteúdos como *smartphones*, *ipod* e outros recetores eletrónicos, o jornal não tem no seu *homepage* os aplicativos (*Apps*) para a tal função.

Quanto às fontes das letras, o jornal usa em todos os textos “calibri”. De acordo o sistema eletrónico de Testagem de Fontes e Tipografias, disponível em <http://www.typetester.org/> demonstrou que para ecrãs de baixa resolução é preferível o uso de *Sans Serif* para evitar o efeito de desfocagem e promover uma leitura mais rápida.

Quanto às cores jornal optou por usar apenas texto negro sobre o fundo branco, em todas a sua página *web*, mas a cor é fundamental para “guiar e orientar a leitura”.

Os textos noticiosos, apesar de terem uma elaboração hipertextual limitada, o acesso ao texto integral continua um martírio de navegação, pois o usuário é obrigado a realizar um percurso cansativo com imensas dificuldades de retorno ao “homepage”. O botão de retorno ao “homepage” faz parte da liberdade de acessibilidade e navegação e da liberdade de escolha.

Numa experiência realizada em Junho de 2012, junto da Associação Moçambicana de Deficientes Visuais e Amblíopes, com vista a verificar a acessibilidade dos conteúdos noticiosos por parte dos deficientes visuais. Os resultados da experiência demonstraram o seguinte:

Quadro nº7: Acessibilidade e navegação no jornal *Notícias*

| Acessibilidade | Sim | Não |
|---|------------|------------|
| Barra de Navegação | | ✓ |
| Navegação por teclado | | ✓ |
| Compreensão de conteúdos | ✓ | |
| Motor de busca | | ✓ |
| Compatibilidade com outras tecnologias | | ✓ |

Fonte: autor

Na avaliação da navegação, os deficientes conseguiam entrar na página *Web* de notícias e não conseguiam avançar para nenhum outro lado. Dado que a navegação em deficientes visuais é feita por meio de teclado, o teclado não encontrava os pontos sensíveis de hiperligação para dar continuidade com a leitura do texto integral.

Os conteúdos compreensíveis eram apenas os que estavam em manchete, porque os pontos sensíveis para os textos integrais eram de difícil localização. O mesmo problema era possível encontra-lo no motor de busca.

Quanto à acessibilidade com outras tecnologias todos concordaram que era possível ceder ao jornal através de telemóvel com sintetizador de voz, um *software* instalado no computador pessoal ou telemóvel que permite converter texto em linguagem normal para a voz.

A barra de navegação do *Jornal Notícias*, situada na parte superior da página contém a informação institucional, ao invés das categorias de notícias. O seu acesso através de navegação por teclado é difícil, assim como a pesquisa de conteúdos armazenados na memória do jornal.

Tendo em conta que a função da barra de navegação é de facilitar a navegação do usuário pelo site, sem a necessidade de voltar sempre ao ponto de partida para iniciar com uma nova pesquisa, fica claro nesta análise que a arquitetura do Jornal Notícias apresenta uma barra de navegação bastante complicada.

Outro item avaliado foi a rapidez de acesso a página *web*. Neste aspeto como em qualquer outro jornal digital moçambicano tem havido demora devido à lentidão da Internet ou devido ao excessivo tráfego de usuários.

Apesar da flexibilidade das arquiteturas, existem alguns elementos básicos que facilitam a acessibilidade e navegação nos conteúdos disponibilizados: satisfazer as necessidades dos usuários de forma simples e sem que lhes crie o desconforto de navegação, pesquisa e recuperação de informação.

A perceção que fica depois de analisar este aspeto do jornal é que o modelo de arquitetura de informação aplicado, o jornal opta por manter uma relação de continuidade com o modelo do jornal em papel e não explora as potencialidades de interface oferecidas pela Internet.

Em concordância com Salaverría (1999) pode-se concluir também que os textos jornalísticos concebidos para um jornal em papel não se acomodam devidamente no espaço digital, porque segue a lógica estrutural do seu congénere em papel, situação que torna os textos demasiado extensos e cansativos para os usuários.

ii) Memória

Com base nos estudos teóricos sobre a memória de Martinez et al (2002), Lacoba (2005), Palácios (2008), a memória digital constitui uma nova característica de armaze-

namento e recuperação de informação. Ela foi apropriada e incorporada no jornalismo digital graças ao desenvolvimento das tecnologias de armazenamento e recuperação. Para Palácios (2003), não basta haver o arquivo digital, mas é fundamental a recuperação da informação dos arquivos tanto pelo produtor da informação como pelo usuário.

Tecnicamente, a recuperação de informação anteriormente produzida é feita através de motores de busca, que permitem a recuperar a informação por cruzamento das palavras-chaves, por datas, por categorias temáticas, por assunto. Todo este esforço de recuperação de forma aberta ou guiada pelo próprio motor de busca.

Na análise da memória de um jornal existe uma metodologia específica proposta por Palácios & Ribas (2011), segundo a qual analisa no jornal digital a presença do motor de busca de materiais armazenados em diferentes formatos (vídeos, textos e imagens) e a facilidade com que podem ser recuperados em separado.

O objetivo desta metodologia visa “ verificar a diferenciação entre o material considerado histórico e o que vai sendo arquivado continuamente na medida em que é publicado. Busca-se determinar se há disponibilização de coleções históricas datadas, sejam do impresso ou *online*”. (Palácios & Ribas, 2011:188).

| MEMÓRIA | 12 |
|--|-----------|
| Arquivo parcial simples | 1 |
| Arquivo parcial organizado por datas e categorias | 1 |
| Arquivo global simples | 1 |
| Arquivo global organizado por datas e categorias | 1 |
| Caixa de pesquisa interna simples | 1 |
| Caixa de pesquisa interna por 2 critérios | 1 |
| Caixa de pesquisa interna por 3 ou mais critérios | 0 |
| Etiquetas (<i>tags</i>) temáticas associadas a cada artigo | 0 |
| Total | 6 |

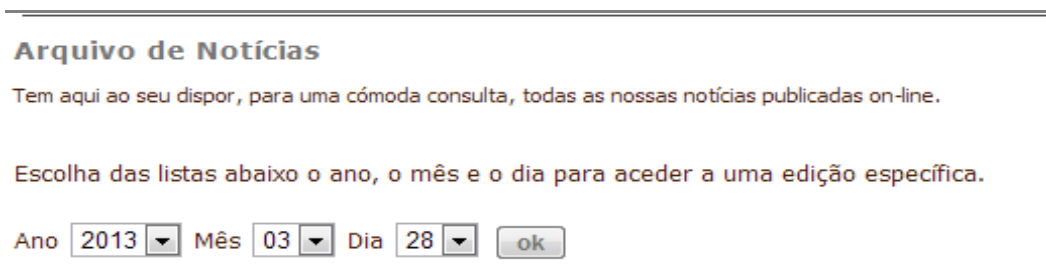
Fonte: Zamith (2008)

Neste elemento de análise observou-se que a recuperação da informação é feita através de um motor de busca fechada (interno), que permite fornecer apenas a informação interna armazenada no servidor.

Das 2016 edições digitais analisadas no período que vai desde Abril de 2006 até Dezembro de 2012, através dos critérios metodológicos acima propostos, são recuperáveis em 100% todos os arquivos do jornal digital integral. Porém, a recuperação é feita de maneira agregada, ou seja, o motor de busca fornece apenas o jornal inteiro sem permitir desagregar os textos e as imagens.

O sistema de recuperação de informação do jornal funciona por duas formas: busca avançada e por data. Na busca avançada, apesar de existir critérios de recuperação por secção, título, *lead* e corpo, o sistema não permite recuperar nenhuma informação. A razão técnica subjacente nesta falha está relacionada com o armazenamento de informação agregada, ou seja, coleções de edições passadas indexadas apenas por data de publicação. Assim ilustra a imagem:

Figura nº 10: pesquisa de conteúdos no Jornal Notícias



Arquivo de Notícias

Tem aqui ao seu dispor, para uma cómoda consulta, todas as nossas notícias publicadas on-line.

Escolha das listas abaixo o ano, o mês e o dia para aceder a uma edição específica.

Ano Mês Dia

Pesquisa Avançada

Para encontrar com maior rigor a notícia que pretende, apresentamos-lhe um leque mais abrangente de critérios, os quais lhe permitem chegar mais rapidamente ao resultado desejado.

Pesquisar o texto

Pesquisar

Pesquisar o quê

- ☒ Título
- ☒ Lead
- ☒ Corpo

Pesquisar onde

- ☒ Última hora
- ☒ Primeiro Plano
- ☒ Capital
- ☒ Província Em Foco
- ☒ Nacional
- ☒ Política
- ☒ Economia
- ☒ Opinião
- ☒ Ciência e Ambiente
- ☒ Recreio e Divulgação
- ☒ Informações úteis
- ☒ Desporto
- ☒ Internacional
- ☒ Página da Mulher

Fonte Jornal Notícias

No que toca à apuração da qualidade da memória, a medição permitiu perceber dois pontos fundamentais que justificam o fraco resultado: a reduzida capacidade do servidor em hospedar grande quantidade de informação e a falta de uma redação autónoma e de profissionais treinados em jornalismo digital. Mas apesar de existir conexão interna de computadores, o sistema de armazenamento de informação digital produzida pelo jornal ainda não atingiu o nível desejado.

Na entrevista feita ao técnico de informática do Jornal Notícias, responsável pela manutenção da página *web* do jornal, confessou que o servidor do jornal não tinha muita capacidade de armazenamento de informação. Por isso, a sua memória é limitada e não permite desagregar a informação por categoria (fotos, vídeos, textos, gráficos, etc.). Por esta razão a recuperação de informação é feita de forma integral. (Machado, entrevistado no dia 20/05/2011)

iii) Instantaneidade e atualização

Lopez *et al* (2003) dizem que existem desafios colocados do jornalismo digital de ter que atualizar constantemente os conteúdos, na medida em que os factos ocorrem. Um destes desafios é a prontidão e permanência do jornalista 24 horas por dia para acompanhar e atualizar a informação.

A combinação da instantaneidade e atualização colocam os novos acontecimentos quase em sincronia com a sua ocorrência. Por isso, a instantaneidade depende da ocorrência dos factos e do interesse do leitor e rompe com as características do jornal impresso, sujeito a limitação espacial e temporal.

A atualização refere-se à inserção constante de novos textos na página Web. Marcet *et al*, (2007). Existem vários critérios de atualização: por minutos, hora, período, dia, semana ou mês. Cinco subcategorias mereceram análise nesta observação feita todos os dias das 17:00 as 24:00h de Segunda-feira a Domingo, durante nove meses, como demonstra a tabela que se segue.

Com base na grelha de medição da instantaneidade de Zamith (2008) foram analisadas 2016 edições do Jornal *Notícias*. Neste processo, observou-se que o fenómeno de instantaneidade e atualização nunca ocorreu num período inferior a 24 horas, como nos atesta a tabela que se segue.

| | |
|---------------------------------------|-----------|
| INSTANTANEIDADE/ ACTUALIZAÇÃO* | 12 |
| Conteúdo em atualização permanente | 0 |
| Atualização de artigo explicitada | 0 |
| Data e hora dos artigos | 0 |
| Artigo novo 4 horas depois | 0 |
| Artigo principal novo 4 horas depois | 0 |
| Artigo novo 8 horas depois | 0 |
| Artigo principal novo 8 horas depois | 0 |
| Artigo novo 12 horas depois | 0 |
| Artigo principal novo 12 horas depois | 0 |
| Artigo novo 16 horas depois | 0 |
| Artigo principal novo 16 horas depois | 0 |
| Total | 0 |

Fonte: Zamith (2008)

A atualização das notícias no *site* do jornal é feita depois do fecho da edição do papel. No período de 24 horas ocorre apenas uma atualização geral dos conteúdos noticiosos e ela ocorre a partir das 00:00, apenas nalgumas secções de notícias. Outras actualizações como cadernos especiais ocorrem ocasionalmente, exceto o caderno de informação cultural e económica que se atualizavam uma vez por semana, quartas e sextas-feiras.

No início a atualização das notícias na página *web* eram feitas logo depois do fecho do jornal em papel, às 21:00. Em seguida, as rádios e outros jornais reproduziam a informação nos seus órgãos de comunicação sem se fazer a mínima citação da fonte. De acordo com Machado (entrevistado no dia 20/05/2011), a edição digital do jornal optou por atualizar a informação logo depois da meia-noite.

iv) Multimedialidade

A multimedialidade é a matriz que deu origem a interactividade, caracterizada pela integração de documentos em forma de texto, vídeo, imagem, gráficos. (Carvalho, 2002 e Canavilhas, 2007).

No entender de Palacio (2004) a multimedialidade esta é uma das características fundamentais do jornalismo digital, mas não é forçoso que todas elas apareçam nos *sites* jornalísticos quer por razões técnicas quer por aceitação no mercado de consumidor. Portanto, as características do jornalismo digital podem ser utilizadas com maior ou menor escala.

De igual modo Bardoel & Deuze (2001) notaram a potencialidade da multimedialidade em revolucionar o jornalismo digital ao enriquecê-lo com novas narrativas. Se a multimedialidade representa uma viragem da narrativa jornalística no ambiente digital, este é o elemento fulcral para articular o jornalismo com os elementos culturais.

Com base na grelha de avaliação de Zamith (2008), aplicada ao jornal Notícias, os resultados foram os seguintes:

| | |
|-------------------------|-----------|
| MULTIMEDIALIDADE | 12 |
| Fotografia ou desenho | 1 |
| Diaporama | 0 |
| Infografia estática | 0 |
| Infografia dinâmica | 0 |
| Áudio | 0 |
| Vídeo sem som | 0 |
| Vídeo sonoro | 0 |
| Total | 1 |

Fonte: Zamith (2008)

Como se pode notar, os elementos básicos como diaporamas, infografias, áudios e vídeo, foram os pontos negativos avaliados nesta categoria. Nenhum destes elementos da multimedialidades foram encontrados em todas as edições do jornal, exceto, texto e imagens fixas. Portanto, a multimedialidade no jornal Notícias está ausente e não se configura em nenhum texto noticioso, apenas destaca-se em uso o uso de fotografias em pequena escala.

v) Personalização de conteúdos

Partindo do entendimento de Marcet *et al*, (2007:321) sobre a personalização como sendo a “capacidade que o usuário tem de “ aceder de forma individualizada a qualquer conteúdo informativo que se encontra na rede”, a entrega de notícias de forma filtrada e individualizada tende a ser mais complexa nos media digitais. Por um lado, constitui a característica revolucionária de distribuição de conteúdos dos jornais digitais e consequentemente alarga a esfera de audiência e, por outro, reforça os usuários no acesso à informação em tempo real.

As ferramentas de *webcasting*, ou seja, de distribuição de conteúdos como por exemplo, *Feed RSS* (*Extensible Markup Language*), *APP* (*aplication*), *e-mail* e outras permitem ao usuário se inscrever em *sites* noticiosos que atualizam regularmente os seus conteúdos sem precisar de visitá-los.

Para verificar a presenças das ferramentas de personalização no jornal Notícias foi usada a seguinte grelha de medição:

| | |
|--|-----------|
| PERSONALIZAÇÃO | 12 |
| Envio de noticiário geral para e-mail | 0 |
| Envio de noticiário seleccionado para e-mail | 0 |
| Envio de noticiário para um dispositivo móvel | 0 |
| Envio de noticiário para dois ou mais dispositivos móveis | 0 |
| Envio instantâneo de noticiário geral para computador | 0 |
| Envio instantâneo de noticiário seleccionado para computador | 0 |
| RSS geral | 0 |
| RSS temático | 0 |
| App | 0 |
| Partilha para as redes sociais | 0 |
| Configuração simples do 1º ecrã do ciberjornal | 0 |
| Configuração profunda do 1º ecrã do ciberjornal | 0 |
| Total | 0 |

Fonte: Zamith (2008)

No caso do jornal Notícias, não é encontrada nenhuma forma de personalização dos seus conteúdos. Todos os itens desta análise foram avaliados negativamente.

A personalização oferece produtos noticiosos ou serviços úteis que respondem às necessidades de cada usuário. No caso do jornal em estudo, quer nas notícias principais que nas secundárias nenhuma de personalização estão presentes, particularmente a *Feed RSS* e aplicativos (App) que dão acesso à informação aos usuários portadores de dispositivos móveis, *blogs*, agregadores de notícias ou página *web* de notícias.

vi) Ubiquidade

A apresentação de conteúdos noticiosos noutras línguas permite uma maior acessibilidade por audiência multilíngue, geograficamente dispersa pelo país ou pelo mundo. O multilinguismo nos *websites* noticiosos amplia o alcance de informação aos usuários. Tal característica designa-se de ubiquidade, ou seja, a capacidade de apresentar os conteúdos em duas ou mais línguas.

O multilinguismo num jornal torna-o acessível em qualquer canto do mundo. Além disso, o uso de outras línguas estrangeiras, principalmente a língua inglesa, proporciona vantagens competitivas e universal do jornal.

As avaliações feitas ao jornal *Notícias*, tendo em conta as características linguísticas nacionais e a necessidade de universalização do jornal, produziram-se os seguintes resultados:

| | |
|---------------------------------------|----------|
| UBIQUIDADE | 4 |
| Conteúdo parcial em 2 ou mais línguas | 0 |
| Conteúdo global em 2 ou mais línguas | 0 |
| Relógios em diferentes fusos horários | 0 |
| Total | 0 |

Fonte: Zamith (2008)

O jornal é avaliado negativamente quanto à opção de acesso dos conteúdos do jornal noutras línguas. Verificou-se que em nenhum ponto do *site* contém um sinal de tradução para outras línguas, muito menos para nacionais. O jornal usa exclusivamente a língua portuguesa como a única língua de comunicação com os diversos leitores inseridos em vários contextos linguísticos nacionais e internacionais.

vii) Interatividade e participação

O objetivo desta análise é verificar a presença das ferramentas de interatividade que o jornal dispõe aos seus usuários.

A interatividade e participação se expressam de diversas maneiras numa edição digital: comentário de Notícias, participação em fóruns de discussão, responder a inquéritos, fórum de diálogo instantâneo, *e-mail*, atualização de *blogs*, Canavilhas & Rodrigues (2012). De acordo com Amaral (2006) essa interatividade e participação são estabelecidas por meio de um sistema de relações múltiplas entre o emissor e recetor.

Na perceção de Canavilhas (2012) a participação e interação do cidadão no jornalismo pode constituir uma fonte de informação, onde o cidadão é convidado a colaborar na produção de conteúdo.

Tomando em conta o papel dos fóruns de discussão nas páginas noticiosas na melhoria de conteúdos noticiosos, a interatividade e participação do usuário constitui um dos no-

vos ambientes criados pelo jornalismo digital, facto que supera em grande medida as deficiências dos media clássicos em oferecer espaços abertos de participação do leitor.

No que toca à medição da interatividade e participação do leitor nas matérias noticiosas, Palácios & Noci (2007) referem que ela baseia-se nos indicadores de promoção da participação da audiência na produção informativa. (Palácios & Noci, 2007:91).

Nesta perspetiva de Palácios & Noci (2007) enquadra-se a questão da relação entre o jornalismo digital e os *blogs*. Alguns *blogs* de análise constituem uma categoria de produção externa à redação, mas com uma forte capacidade de interpretar e analisar os factos os factos mais recentes do jornal e, até influenciar o modo de produção jornalística. Uma vez agregados ao jornal digital, os *blogs* trazem benefícios diretos através de reencaminhamento de usuários bem como acrescentam o valor notícia.

Neste aspeto, o Jornal *Notícias* foi avaliado em 8 elementos básicos que revelam a abertura do jornal à participação dos usuários na produção de conteúdos, ou seja, a maior ou menor implicação dos leitores na configuração das informações ou até que ponto os usuários participam na elaboração dos conteúdos.

| | |
|---|-----------|
| INTERACTIVIDADE/PARTICIPAÇÃO | 25 |
| E-mail/formulário de contacto genérico | 0 |
| E-mail/formulário de contacto de alguns jornalistas | 0 |
| E-mail/formulário de contacto de todos os jornalistas | 0 |
| E-mail de alguns autores dos artigos | 0 |
| E-mail de todos os autores dos artigos | 0 |
| E-mail de fontes originais | 0 |
| Fórum de discussão sem participação de jornalistas | 0 |
| Fórum de discussão com participação de jornalistas | 0 |
| Sala de comunicação instantânea (<i>chat</i>) sem participação de jornalistas | 0 |
| Sala de comunicação instantânea (<i>chat</i>) com participação de jornalistas | 0 |
| Inquérito isolado | 0 |
| Inquérito associado a outro elemento | 0 |
| Publicação online de cartas ao director | 0 |
| Publicação de outros conteúdos dos visitantes | 0 |
| Publicação retardada de comentários aos artigos | 0 |
| Publicação instantânea de comentários aos artigos | 0 |
| Votação nos artigos | 0 |
| Votação nos artigos com reflexo na sua visibilidade | 0 |
| Blog ou wiki aberto à participação dos visitantes | 0 |
| Conteúdo jornalístico multimédia interactivo | 0 |
| Total | 0 |

Fonte: Zamith (2008)

A reconfiguração das relações comunicacionais entre o emissor e o recetor no jornalismo digital baseia-se no princípio de que o usuário passa a assumir o papel ativo no processo de produção de informação. Desse modo, os conteúdos noticiosos são afetados diretamente pelos usuários, através de sua contribuição no processo de produção, críticas, comentários, partilha e distribuição.

A análise do processo interativo no *Jornal Notícias*, à luz das características do jornalismo digital, não foi observada a presença de nenhum elemento característico do jornalismo digital que permite a interação entre o usuário e o jornal. Se se reparar para a gre-

lha de análise nota-se claramente que o jornal apresenta um fechamento face à participação dos usuários.

Ainda mais, o jornal não divulga os contatos eletrônicos dos jornalistas que assinam os artigos, fato que impede a interatividade entre o repórter que pesquisou e divulgou a informação e o usuário que lê e/ou testemunhou os fatos.

viii) Hipertextualidade

O objetivo é analisar as relações de hipertextualidades dos conteúdos do jornal Notícias através de uma grelha de análise elaborada por Zamith (2008) e dentro de conceito de interatividade de Rost (2003:170) e Palácios & Noci (2007), Barbosa & Mielniczuk (2011), segundo o qual a hipertextualidade é uma construção discursiva multilinear baseada na interconexão dos blocos de textos digitalizados.

A hipertextualidade é constituída por estrutura de “nós” e conexões que criam o percurso de leitura ou de acesso à informação e conhecimento, Rost (2003) classifica a hipertextualidade em 3 tipos: linear, árvorea e mista. Na estrutura hipertextual linear, os textos-resumo só permitem avançar para o texto integral, mas com limitação. Chegado ao fim do texto integral, o usuário é obrigado a retornar ao nó precedente ou ao “home” utilizando a função “atrás” do navegador.

Os autores citados concordam com a hipertextualidade como uma construção discursiva ilimitada. Ela tem a vantagem técnica de maximização de leitura e de conhecimento.

| | |
|---|-----------|
| HIPERTEXTUALIDADE | 20 |
| Hiperligação genérica relacionada | 0 |
| Hiperligação extra-textual a artigo relacionado simultâneo | 0 |
| Hiperligação intratextual a artigo relacionado simultâneo | 0 |
| Hiperligação extra-textual a artigo relacionado em arquivo | 0 |
| Hiperligação intra-textual a artigo relacionado em arquivo | 0 |
| Hiperligação extra-textual a fonte documental original | 0 |
| Hiperligação intra-textual a fonte documental original | 0 |
| Hiperligação extra-textual a cronologia do assunto tratado | 0 |
| Hiperligação intra-textual a cronologia do assunto tratado | 0 |
| Hiperligação extra-textual a áudio relacionado | 0 |
| Hiperligação intra-textual a áudio relacionado | 0 |
| Hiperligação extra-textual a vídeo relacionado | 0 |
| Hiperligação intra-textual a vídeo relacionado | 0 |
| Hiperligação extra-textual a infografia relacionada | 0 |
| Hiperligação intra-textual a infografia relacionada | 0 |
| Hiperligação extra-textual a galeria de imagens ou diaporama relacionados | 0 |
| Hiperligação intra-textual a galeria de imagens ou diaporama relacionados | 0 |
| Total | 0 |

Fonte: Zamith (2008)

Todas as notícias analisadas, desde Abril de 2006 até Dezembro de 2012, existe uma ausência total de todas as formas de hipertextualidades ou algo que aponte para outro caminho a seguir, exceto para a continuidade do texto em formal integral. Mesmo as fotografias inseridas em alguns textos para ilustrar o acontecimento não apresentam nenhuma hiperligação.

6.3. Análise empírica do Jornal @ Verdade

Historial

O jornal @ *verdade* é uma junção do jornal semanário gratuito e uma página *Web* de notícias. O jornal em formato de papel nasceu em 2008 com uma circulação inicial de 50 mil exemplares distribuídos gratuitamente na cidade de Maputo e província. Actualmente a distribuição do jornal cobre as províncias de Maputo, Inhambane, Quelimane, Nacala, Pemba e Niassa. O sucesso do jornal foi uma matéria de artigo publicado no jornal americano *Washington Post* pelo seu método de produção de conteúdos gerados pelos usuários através de telemóvel, câmaras de vídeo e Internet. @ *Verdade* é a primeira experiência moçambicana de jornalismo do cidadão.

Semanalmente são distribuídos 50.000 exemplares, mais do que outros jornais produzidos na praça. Deste modo, @ *Verdade* cobre um universo de 400.000 leitores, um número considerado suficientemente capaz de atrair investimento publicitário das empresas. (Borges, 2011).

Em Agosto de 2008 nasceu o projeto do *Website*, cujo conteúdos resultavam da transposição do formato de papel para o digital. No mesmo ano, devido à demanda de informação pelos usuários, o formato digital do jornal ganhou autonomia com actualização constante de conteúdos de informação.

Uma das características de distribuição do jornal digital é por meio de telemóvel, precisamente através de Serviços de Mensagens Escrita (*SMS*). Para tal o jornal @ *Verdade* assinou acordos com duas companhias de telefone móvel, Moçambique Celular e Vodacom, para a distribuição dos seus conteúdos noticiosos via *SMS*. Outra forma de distribuição é por meio de *mail list*, só para casos de subscritores do jornal em formato *PDF*.

As receitas do jornal provêm de duas fontes: dos anúncios publicitários e da frota de táxis de três rodas, designados por *Tchopela*.

Com uma média 5.000 visitantes por dia, a página *web* do jornal tem registado um fluxo de usuários maioritariamente dos países falantes da língua portuguesa e da diáspora moçambicana.

De acordo com o director executivo, o Jornal @ Verdadeo mantém os seus usuários informados 24 horas por dia através do *Twitter* e do *Facebook*. O jornal possui 1894

seguidores do *Twitter* e 14.600 usuários que se adicionaram a página do *Facebook* do jornal. Curiosamente, o número de audiência através de telemóvel tem crescido de forma exponencial nos últimos anos, graças ao uso de *SMS* do tarifário barato da *whatsapp* e das redes sociais da Internet.

Borges (2011) afirma que um estudo levado a cabo pela universidade de *Oxford* em 2009, sobre o jornal @ *Verdade*, mostrou que a distribuição do jornal neste período aumentou em 10%, o mesmo índice de aumento da participação dos moçambicanos na eleição daquele ano. Porém a grande dificuldade para o crescimento do jornal é a impressão que é feita na República da África do Sul, que deixa os custos vulneráveis às variações cambiais.

Os conteúdos produzidos a partir da colaboração dos usuários são publicados são publicados tanto no jornal em formato de papel como na edição digital. Por esta proximidade ao cidadão repórter , @ *Verdade* tem granjeado a confiança da comunidade ao abordar assuntos que tocam à comunidade.

De entre os jornais com presença a Internet, o jornal @ *Verdade* é um dos que nasce da Internet. Ele se diferencia do seu congénere em papel pela instantaneidade e atualização constante. Verifica-se mais uma tendência de autonomia dos seus conteúdos e com um considerável número de notícias produzidas e publicadas exclusivamente para a edição digital. A distribuição de conteúdos em redes sociais, a hipertextualidade e a interação são as marcas que fazem a diferença entre o jornal @ *Verdade* e outros existentes na praça.

O jornal @ *Verdade* apropria-se mais rapidamente das tecnologias de comunicação e, simultaneamente, busca aumentar a aderência do universo de usuários jovens que procuram avidamente por informação atualizada, contacto direto com o recetor.

i) Arquitetura de informação

À luz da metodologia de análise de Palácios & Noci (2007) e em combinação com requisitos técnicos da arquitetura da página *Web* propostos por Moherdau (2008), a análise da arquitetura da página de notícias do Jornal @ *Verdade* tem por objetivo: estudar a estrutura gráfica do jornal, organização de conteúdos, acessibilidade e navegação.

Ao analisar a arquitetura de informação do jornal, o *design* da página de entrada está dividida em três partes distintas:

- i) Parte superior da tela é constituída por três camadas: a primeira com logotipo da instituição, funções de *Twitter*, *Facebook*, *RSS*, ícones de tradução para outras línguas e a foto da edição do jornal em Papel da semana, segunda camada: notícias da última hora em rodapé móvel e, a terceira camada é composta por seções do jornal,
- ii) Coluna direita é composta por notícias em destaque em slide, e de diversos leads de notícias
- iii) Coluna esquerda é constituída por uma secção de *Twitter*, secção do cidadão repórter com vídeo, fórum de SMS para interagir com o cidadão através de telemóvel, secção cultural, secção de notícias mais lidas, secção de seguidores do jornal, e por fim uma secção de notícias diversas,
- iv). Por baixo das duas colunas estão mais duas camadas: uma dedicada a esclarecimento de dúvidas, aos comentaristas e das últimas notícias de discussão do fórum,
- v) Segunda camada de secções Desporto, Cultura e Xiconhoca.

A imagem que segue ilustra o *design* do jornal:



Com vista a verificar a acessibilidade dos conteúdos noticiosos por parte dos deficientes visuais. Os resultados da experiência demonstraram o seguinte:

Quadro nº8: Acessibilidade e navegação no Jornal @ Verdade

| Acessibilidade | SimS | Não |
|---|-------------|------------|
| Barra de navegação | ✓ | |
| Navegação por teclado | | ✓ |
| Compreensão dos conteúdos | ✓ | |
| Motor de busca | ✓ | |
| Compatibilidade com outras tecnologias | | ✓ |

Fonte: autor

Na avaliação da navegação, os deficientes conseguiam entrar na página *Web* de notícias e inclusive navegar por cima da barra de navegação. Em termos de disposição de notícias, o jornal não facilita o acesso aos conteúdos e navegação confortável. Inclusivamente há itens que não contêm informação. A estas dificuldades associa-se a navegação por teclado que não permite o avanço de navegação aos tópicos de notícias situados na parte central da página.

No item relativo à compreensão dos conteúdos, os deficientes visuais submetidos à testes não conseguiam formular a sua opinião, porque o avanço para as principais notícias era bloqueado pelo teclado. A mesma dificuldade era extensível para o motor de busca.

Quanto à compatibilidade com outras tecnologias era possível através de telemóvel aceder a página web do jornal, mas a dificuldade era a navegação.

Da análise feita sobre o *design* da página do jornal @ Verdade observou que existem duas barras de navegação, uma na parte superior e a outra na inferior, com as seguintes secções:

Destaques- Na secção de destaque contém tema de fundo, Nacional, África, Internacional, economia, desporto e tecnologia, jogos africanos e *Global Voice*.

Lazer- contempla temas como opinião, vozes, saúde e bem-estar, Mulher, ambiente, cultura e perguntas

C@mpus- A secção de campus contém temas como soltas, atitudes, temas de capa, empreendedorismo, cor da laranja, desporto, salada russa, *happy hours*

Fale connosco- contém contactos, @ verdade fórum, SMS fórum, classificados, inquéritos, *newsletter*

Cartaz- exhibe assuntos relacionados com assuntos da arte, exposições

Download- permite a localização de edições anteriores do jornal e a base de dados apresenta a possibilidade de descargas de arquivos em formato PDF

Arquivo- Apresenta a facilidade de baixar os jornais anteriores em formato PDF

Utilizador- é uma secção sem conteúdo

De acordo com Quadros & Júnior (2009) a barra de navegação constitui o marco de jornais digitais. Além de centralizar a marca da instituição e guardar as características da sua versão em papel, ela serve para conduzir o usuário a aceder determinados conteúdos de forma simples e rápida.

Quanto as fontes ou tipografia, o jornal emprega em todo os textos a fonte *Verdana*, tamanho 9, o que não é muito correto para uma página *Web* noticiosa, pois o uso de fonte incorreta influencia na eficiência de leitura. De acordo com o sistema de Testagem de Fontes e Tipografias disponível em <http://www.type tester.org/>, o ideal é o uso da fonte *Arial* tamanho 28 para os títulos e 9 para o corpo do texto.

A sugestão de fontes e tamanho das letras nos textos do jornal implica uma mudança profunda no rosto da página *Web*. Algumas dessas mudanças são: a redução dos leads dos textos, retirada das notícias irrelevantes e desatualizadas, reorganização dos textos de notícias e mais.

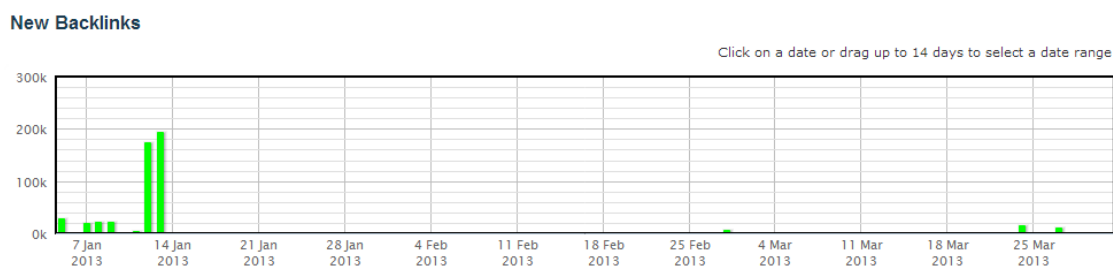
Quanto às cores, @ *Verdade* usa o preto e o vermelho sobre o fundo branco. Este modelo continua sendo o mais ideal usado nas páginas *Web* para se obter um bom contraste.

Para a verificação da acessibilidade e navegação, o jornal @ *Verdade* foi submetido ao diagnóstico através do sistema automático disponível em <http://validator.w3.org/>. O relatório foi o seguinte: “*It looks like this is a web page, not a feed. I looked for a feed associated with this page, but couldn't find one.*” Ou seja, nota-se a inexistência ou sistema fechado de agregador e distribuidor de conteúdos para alimentar outros *sites* ou *blogs*. Noutros termos, significa que o jornal não possui ferramentas que permitem a partilha ou subscrição aos seus conteúdos.

Apesar do diagnóstico apresentar resultado negativo quanto à partilha de informação através de *Feed RSS*, então o símbolo de partilha *RSS* está presente na parte superior do jornal não funciona.

Para análise do fluxo de usuários para aceder os conteúdos do jornal, o verificador automático situado em <https://www.majesticseo.com/>, deu o relatório que confirma a navegabilidade da página *web* do jornal, conforme ilustra o gráfico:

Gráfico nº 10: Acessibilidade do Jornal @*Verdade*

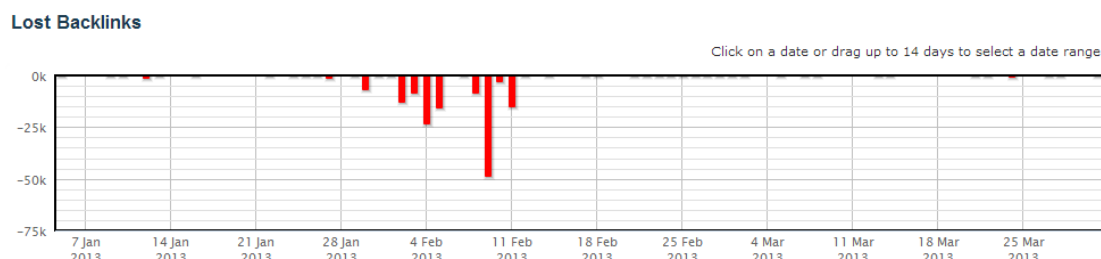


The table below shows the backlinks first indexed on: 31 Mar 2013.

<https://www.majesticseo.com>

A figura ilustra que de Janeiro de 2013 a Março de 2013 o jornal @ *Verdade* atingiu o pico de procura dos usuários apenas na primeira quinzena do mês de Janeiro e um número pouco expressivo nos finais de Março. O fluxo da procura dos usuários provém de algumas instituições, nomeadamente: A Voz da América, <http://www.voaportugues.com>, Global Voice, <http://pt.globalvoicesonline.org/>.

Os citadores como por exemplo os seguintes blogues: <https://malangatana.sapo.mz/>, <http://comunidademocambicana.blogspot.pt>, <http://foreverpemba.blogspot.pt>, tiveram dificuldades de aceder ao jornal desde meado de Janeiro até finais de Março, como demonstra a figura que se segue:



Fonte: <https://www.majesticseo.com>

Mais uma vez, a partir da leitura dessas figuras, confirma-se o papel que os *blogs* desempenham no reencaminhamento dos usuários para os jornais de referência. Porém, o verificador não dispõe de dados individuais de acessos aos conteúdos do jornal, situação que poderia nos dar um mapa detalhado do fluxo dos usuários aos conteúdos.

ii) Hipertextualidade

A hipertextualidade entendida numa definição simples como “uma construção discursiva multilinear baseada na interconexão de blocos de textos digitalizados”. Rost (2003: 170), na verdade os hipertextos constituem um conjunto de nós ligações que estruturam organizam e apresentam informações.

Nesta análise, seguindo a metodologia de Palácios & Noci (2007) em combinação com o método de Barbosa & Mielniczul (2011). A ideia é verificar a utilização dos hipertextos no jornal @ *Verdade* e suas associações com outros recursos já publicados pelo jornal ou exteriores ao jornal.

À luz do modelo de análise acima citado e com uso da grelha de medição de Zamith (2008), foram analisados textos noticiosos, vídeos, fontes documentais, arquivos, fotografias e infografias, do qual foi obtido o seguinte resultado:

| | |
|---|-----------|
| HIPERTEXTUALIDADE | 20 |
| Hiperligação genérica relacionada | 0 |
| Hiperligação extra-textual a artigo relacionado simultâneo | 0 |
| Hiperligação intra-textual a artigo relacionado simultâneo | 0 |
| Hiperligação extra-textual a artigo relacionado em arquivo | 0 |
| Hiperligação intra-textual a artigo relacionado em arquivo | 0 |
| Hiperligação extra-textual a fonte documental original | 0 |
| Hiperligação intra-textual a fonte documental original | 0 |
| Hiperligação extra-textual a cronologia do assunto tratado | 0 |
| Hiperligação intra-textual a cronologia do assunto tratado | 0 |
| Hiperligação extra-textual a áudio relacionado | 0 |
| Hiperligação intra-textual a áudio relacionado | 0 |
| Hiperligação extra-textual a vídeo relacionado | 0 |
| Hiperligação intra-textual a vídeo relacionado | 0 |
| Hiperligação extra-textual a infografia relacionada | 0 |
| Hiperligação intra-textual a infografia relacionada | 0 |
| Hiperligação extra-textual a galeria de imagens ou diaporama relacionados | 0 |
| Hiperligação intra-textual a galeria de imagens ou diaporama relacionados | 0 |
| Total | 0 |

Fonte: Zamith (2008)

Em síntese, a hipertextualidade construída pelo jornal @ *Verdade*, no sentido de constituições de “nós” de ligações interconectadas de forma infinita, o nosso objeto de análise segue o modelo linear de (Rost, 2003), no qual os textos de notícias não permitem nenhuma ligação para outros tipo de texto, vídeo, fotografia, infografia ou diaporama.

iii) Multimedialidade-

Bardoel & Deuze (2001) definem a multimedialidade como sendo a combinação de imagem, texto e som. Para a sua análise Masip *et al.* (2011) propõe uma metodologia de análise da multimedialidade baseada na desagregação dos parâmetros de análise, ou seja, cada uma das subcategorias tenha a sua grelha ou ficha de análise.

O aproveitamento da multimedialidade que agregada valor às notícias tem vindo a ganhar espaço no processo de comunicação digital. Está a crescer cada vez mais o consumo de vídeos na Internet. (Madden, 2007). Esta informação oferece uma boa oportunidade de estratégia de negócio para as empresas de comunicação digital.

Cada uma das análises deve ser feita sobre a notícia, ou seja, que os elementos de multimédia estejam presentes no corpo do texto noticioso.

| | |
|-------------------------|-----------|
| MULTIMEDIALIDADE | 12 |
| Fotografia ou desenho | 1 |
| Diaporama | 0 |
| Infografia estática | 0 |
| Infografia dinâmica | 0 |
| Áudio | 0 |
| Vídeo sem som | 0 |
| Vídeo sonoro | 1 |
| Total | 2 |

Fonte: Zamith (2008)

Da análise feita ao jornal *@ Verdade*, os elementos de vídeo estão ausentes em todos os corpos de textos noticiosos, exceto um vídeo que se apresenta de forma descontextualizado de conteúdo. Não existem fotografias nos textos noticiosos da página principal, ou seja, há mais predominância de textos puros e corridos. Por isso, o jornal é avaliado negativamente em todos os parâmetros.

iv) Interatividade e participação

Dijck (2009) afirma que antes o jornalismo era entendido como o processo controlado exclusivamente pelos jornalistas, atualmente os jornalistas são obrigados a conviver com a participação de cidadãos no processo de selecção, captação e difusão de notícias, naquilo que o autor designa de transformação do “recipiente em participante”. Dos modelos de interatividades apontados por Martinez & Alonso (2003: 282) constam nomeadamente: Correio electrónico; Grupos de notícias; Fórum de discussão; *Chat* e Inquéritos estão presentes no Jornal *@ Verdade*. É possível interagir com o jornal sob diversas formas: através do e-mails escrevendo para os jornalistas, redatores e comentaristas, votar artigos disponíveis, responder ao inquérito e envio de colaboração através de *SMS* do telemóvel ou Internet.

Com base na ideia de Meso *et al* (2011: 51) de que a interactividade “ representa uma alternativa de serviços agregados à informação”. Na verdade a interatividade possibilita o leitor intervir, dialogar, partilhar e recuperar dados. Para uma avaliação metodológica dessa categoria, os autores acima citados propõe uma análise baseada na avaliação das ferramentas operativas da interatividades.

| | |
|---|-----------|
| INTERACTIVIDADE/ PARTICIPAÇÃO | 25 |
| E-mail/formulário de contacto genérico | 1 |
| E-mail/formulário de contacto de alguns jornalistas | 1 |
| E-mail/formulário de contacto de todos os jornalistas | 1 |
| E-mail de alguns autores dos artigos | 1 |
| E-mail de todos os autores dos artigos | 1 |
| E-mail de fontes originais | 1 |
| Fórum de discussão sem participação de jornalistas | 1 |
| Fórum de discussão com participação de jornalistas | 1 |
| Sala de comunicação instantânea (<i>chat</i>) sem participação de jornalistas | 1 |
| Sala de comunicação instantânea (<i>chat</i>) com participação de jornalistas | 1 |
| Inquérito isolado | 1 |
| Inquérito associado a outro elemento | 1 |
| Publicação online de cartas ao director | 1 |
| Publicação de outros conteúdos dos visitantes | 1 |
| Publicação retardada de comentários aos artigos | 1 |
| Publicação instantânea de comentários aos artigos | 1 |
| Votação nos artigos | 1 |
| Votação nos artigos com reflexo na sua visibilidade | 0 |
| Blog ou wiki aberto à participação dos visitantes | 0 |
| Conteúdo jornalístico multimédia interactivo | 0 |
| TOTAL | 17 |

Fonte: Zamith (2008)

A prática interativa num jornal digital possibilita a participação dos usuários com os produtores de conteúdos, avalia, comenta e vota. Nota-se em todos os conteúdos do jornal @ *Verdade* a preocupação pela interação com os seus usuários. Em cada bloco de notícias existe espaços de votação de notícia e de comentários interligados às redes sociais.

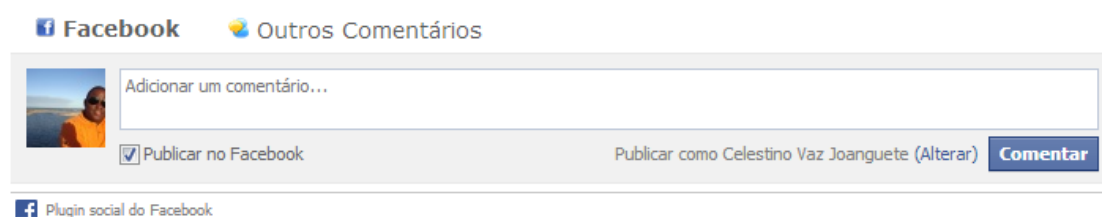
O jornal possui contas no *Facebook* e *twitter*, redes sociais com as quais @ *Verdade* interage e proporciona uma relação de proximidade com os usuários. Através delas, o jornal permite observar o impacto das suas “postagens” de notícias ao serem comentadas, partilhadas e “gostadas”, ampliando deste modo o seu alcance.

A conta do *Facebook* do jornal tem uma maior aderência relativamente ao portal de notícias. @ *Verdade* possuía até 2012 cerca de 28.377 pessoas que gostavam da página, grosso número são jovens de 18-24 anos sendo na sua maioria da cidade de Maputo.

A conta do *Twitter* tem cerca de 4.634 seguidores e é atualizada constantemente pela, sendo as mesmas notícias postadas na página de notícias.

A análise verificou que cada peça de notícia possui dois espaços de comentário: um que publica no *Facebook*, com a permissão do usuário e outro que exige um cadastro. Mas a maior interatividade acontece no fórum de discussão intitulado “ Pergunta a Tina” no qual o jornalista participa no esclarecimento de dúvidas dos usuários. Trata-se do único caso de participação com moderação do jornal.

Figura nº11: Espaço de comentário de notícia



Fonte: @ *Verdade*

Nos parâmetros avaliados, o jornal @ *Verdade* ganha em todos os aspetos, exceto nos *Blog* ou *Wiki* aberto à participação dos visitantes e nos conteúdos jornalísticos multimédia interativo.

Quanto à participação dos usuários, o jornal não regista nenhum elemento técnico que permite o envio de texto, fotografia, vídeo ou som. Curiosamente há um modelo atípico de participação que ocorre no fórum designado *SMS Chat*, que funciona na base de envio de mensagens *SMS* através de telemóvel.

Através do *SMS Chat*, o jornal criou a figura de “ cidadão repórter” que permite através de *SMS* reportar factos dos bairros, denúncias de corrupção, ocorrências de acidentes de viação, etc. Este modelo de interação permite uma maior socialização e proximidade entre o jornal e o cidadão.

Em termos gerais, a interatividade verificada situa-se mais ao nível de comentários sobre o editorial, subseções de Xiconhoca, pergunta a Tina e Vozes. Mas é de realçar que a interatividade está presente no jornal @ *Verdade*, mas é preciso potenciá-la para que ela seja mais visível nos conteúdos noticiosos.

Ainda mais, depois de analisada a questão da interatividade e participação foi realizada uma entrevista ao editor do jornal, do qual ficou claro que o jornal @ *Verdade* não tem

uma política editorial bem definida quanto à gestão dos conteúdos produzidos pelos usuários bem como dos espaços atribuídos para a publicação.

v) Instantaneidade

Tendo em conta que a instantaneidade liga a atualização à notícia anterior, em termos de minutos, horas e data, a instantaneidade deixa de estar sujeitas aos limites temporais impostos pelos editores dos jornais, mas obedece ao tempo em que os factos ocorrem. A quebra do *deadline* jornalístico pelo jornalismo digital amplia o acesso à informação e a sua velocidade de partilha.

A monitoria diária feita ao jornal @ *Verdade*, nos períodos compreendidos das 7.00h a 12:00h e das 17:00 as 23:00horas ocorriam apenas algumas atualizações na página principal do webnotícia e na coluna do *Twitter*.

| | |
|---------------------------------------|-----------|
| INSTANTANEIDADE/ ACTUALIZAÇÃO* | 12 |
| Conteúdo em atualização permanente | 1 |
| Atualização de artigo explicitada | 2 |
| Data e hora dos artigos | 1 |
| Artigo novo 4 horas depois | 1 |
| Artigo principal novo 4 horas depois | 1 |
| Artigo novo 8 horas depois | 2 |
| Artigo principal novo 8 horas depois | 0 |
| Artigo novo 12 horas depois | 1 |
| Artigo principal novo 12 horas depois | 1 |
| Artigo novo 16 horas depois | 1 |
| Artigo principal novo 16 horas depois | 1 |
| Total | 12 |

Fonte: Zamith (2008)

O grosso número das notícias que atualizam @Verdade provém das fontes externas, em particular destaque para o *twitter*, do *SMS Fórum* e do *Facebook*.

Mas o que torna qualquer jornal instantâneo é a capacidade que ele tem de apresentar minuto a minuto as ocorrências noticiosas. Neste aspecto, @ *Verdade* ainda não consegue explorar esta potencialidade do jornalismo, embora tente apresentar uns *tickers*, uma espécie de texto em rodapé que corre na parte superior da página, mas nota-se um esforço de melhoramento dos conteúdos e tentativa de aproximação à instantaneidade.

A característica da instantaneidade é o “tempo real”, ou seja o momento próximo da ocorrência dos factos. Este conceito de “tempo real” acelera o ritmo e a velocidade de colheita e distribuição de notícias.

A prova da atualização no jornal @ *Verdade* está na data e hora de disponibilização de notícias, feita por meio de uma regularidade diária, exceto Sábados e Domingos. Mas quando se trata de notícias de destaque nacional, as informações são inseridas num curto intervalo de tempo e imediatamente perdem o seu valor de noticiabilidade quando são retiradas para o armazenamento na base de dados.

A análise da atualização e instantaneidade no jornal @ *Verdade* demonstrou que são frequentes os erros ortográficos, frases incompletas e abreviaturas nas escritas instantâneas provenientes do SMS fórum.

Em geral, o jornal @ *Verdade* tenta demonstrar o efeito de produção de notícias instantâneas a partir de SMS fórum, *Facebook* e *Twitter*, caracterizada pela brevidade. Mesmo assim continua sendo uma instantaneidade superficial, tendo em conta que as suas notícias têm suporte no *Twitter* e SMS Fórum.

vi) Memória

A memória ganha mais importância no jornalismo digital. Graças aos motores de busca internos é possível recuperar a informação armazenada por categoria, tema, assuntos, vídeos, textos, etc. A memória é uma das características do jornalismo digital que revolucionou a pesquisa e recuperação de informação jornalística.

Não basta armazenar a informação jornalística, o sistema deve criar mecanismos de recuperação de informação quer para os usuários internos ou externos. Numa altura em que o jornalismo procura a participação de todos os usuários quer no fornecimento de informação quer no seu consumo, a base de dados partilhada poderá ser enriquecedora para uma redação.

Palácios & Noci (2007) propõem que a indexação e recuperação de informação na base de dados usem a “*Web Semântica*” criada e desenvolvida por Tim Berners-Lee, 2001, em associação com James Handler e Ora Lassila, com vista a estruturar os sentidos dos conteúdos armazenados na memória.

A memória abre espaço para a participação dos usuários, permite a busca de documentos em forma de textos, imagem, som, vídeo, na base de dados da página e, ainda mais, permite a incorporação (*upload*) da produção do usuário ao sistema de circulação de conteúdos. (Palácios & Noci, 2007).

| | |
|--|-----------|
| MEMÓRIA | 12 |
| Arquivo parcial simples | 1 |
| Arquivo parcial organizado por datas e categorias | 1 |
| Arquivo global simples | 1 |
| Arquivo global organizado por datas e categorias | 1 |
| Caixa de pesquisa interna simples | 1 |
| Caixa de pesquisa interna por 2 critérios | 0 |
| Caixa de pesquisa interna por 3 ou mais critérios | 0 |
| Etiquetas (<i>tags</i>) temáticas associadas a cada artigo | 0 |
| Total | 5 |

Fonte: Zamith (2008)

Dos conteúdos analisados ao jornal @ Verdade, no que concerne à memória e recuperação de informação, este apresenta um motor de busca e recuperação de informação, mas ainda não está desenvolvido a ponto de permitir uma alternativa de pesquisa externa.

Tendo em conta que a memória do jornalismo digital amplia o armazenamento e recuperação de informação quer para os profissionais do jornal quer para os usuários, a maximização do armazenamento de base de dados com materiais sonoros, textuais e de vídeos torna a memória mais enriquecida.

Da análise feita ao motor de busca do *Jornal @ Verdade*, apresenta-se como um “modelo fechado”. Permite a recuperação de informação das edições anteriores por tema, artigos, contatos, categorias, secções e comentários como nos ilustra a imagem:

Figura nº12: Pesquisa de conteúdos no jornal @ Verdade

Pesquisar

Pesquisar por palavra-chave: **Pesquisar**

☒ Todos os termos ☐ Qualquer termo ☐ Frase exacta

Ordenar por: **Mais recente** ▼

Apenas pesquisar: ☒ JEvents ☐ Artigos ☐ Contactos ☐ Categorias ☐ Secções ☐ Comentários

Pesquisar por palavra-chave **muxungue**

Fonte: jornal @ Verdade (2012)

vii) Personalização de conteúdos

No contexto de jornalismo digital conceito de personalização está associada a adaptação dos conteúdos noticiosos ao gosto específico de cada usuário. Ela estimula o consumo e permite aos usuários uma maior satisfação, porque os meios digitais deixam de se comunicar com a massa e passam a estabelecer uma relação de proximidade com os indivíduos.

O processo de personalização de conteúdos num jornal digital é resultado de uma negociação entre o usuário e o produtor de conteúdos: o usuário exige o atendimento das necessidades, ou seja, a disponibilização de conteúdos de qualidade para satisfazer as suas necessidades e, em contrapartida, o produtor de conteúdos convida o usuário a participar, comentar, opinar, responder os questionários e a partilhar a informação.

| | |
|--|-----------|
| PERSONALIZAÇÃO | 12 |
| Envio de noticiário geral para e-mail | 1 |
| Envio de noticiário seleccionado para e-mail | 1 |
| Envio de noticiário para um dispositivo móvel | 0 |
| Envio de noticiário para dois ou mais dispositivos móveis | 0 |
| Envio instantâneo de noticiário geral para computador | 0 |
| Envio instantâneo de noticiário seleccionado para computador | 0 |
| Partilha de informação para as redes sociais | 1 |
| RSS geral | 1 |
| RSS temático | 0 |
| App para acesso aos conteúdos gerais | 0 |
| App para acesso aos conteúdos temáticos | 0 |
| Configuração simples do 1º ecrã do ciberjornal | 1 |
| Configuração profunda do 1º ecrã do ciberjornal | 1 |
| Total | 6 |

Fonte: Zamith (2008)

Na busca de encontrar o relacionamento comercial expressa na personalização de conteúdos, a oferta de conteúdos personalizada é feita de várias formas: mediante a subscrição voluntária através do *Feed RSS*, envio por correio eletrónico em formato partilha para o *facebook e twitter*

Figura nº13: Feed RSS de personalização de conteúdo



Fonte: Jornal @ Verdade (2012)

viii) Ubiquidade

O uso das línguas no jornal digital enquadra-se na reflexão de que os novos produtos noticiosos já não se limitam a um público de uma determinada região geográfica, língua ou cultura, mas a todo cidadão do mundo.

Através das línguas e pelo impulso da Internet, o jornal digital assume o carácter universal e transpõe as fronteiras geográficas e políticas. Mas numa sociedade africana dominada pela multiplicidade de línguas nacionais, o problema torna mais complexo.

Mas, em termos teóricos, o multilinguismo num jornal digital oferece inúmeras vantagens, entre os quais se destaca: o diálogo intercultural, coesão social, acesso à informação através de meios de comunicação social e a partilha universal do jornal.

| UBIQUIDADE | 4 |
|---------------------------------------|---|
| Conteúdo parcial em 2 ou mais línguas | 1 |
| Conteúdo global em 2 ou mais línguas | 1 |
| Relógios em diferentes fusos horários | 0 |
| Total | 2 |

Fonte: Zamith (2008)

A tradução automática de conteúdos digitais de um jornal é uma tentativa de disponibilizar a informação para falantes de outras línguas. Ela é a mais barata relativamente à

tradução humana. Apesar de ela ser uma alternativa, ela tem as suas limitações e deficiências que precisam da “contribuição humana e mental para a sua precisão”.

Da análise feita ao Jornal @ Verdade, a questão do uso das traduções automáticas é explorada com muita intensidade. Os seus conteúdos são passíveis de tradução para 57 línguas do mundo. Sendo 3 africanas e as restantes são faladas na europa e Ásia. Curiosamente, não conta nenhuma língua moçambicana. Mas 100% das matérias disponíveis estão na língua portuguesa, o que significa que o universo de usuários do jornal é exclusivamente falantes da língua portuguesa, facto que não abre espaço para oferta de conteúdos para os falantes das línguas moçambicanas. Assim nos demonstra a figura que se segue.



Fonte: Jornal @ Verdade (2012)

Conclusão da análise empírica de dados

Os dados empíricos sobre a temática de mudança para o jornalismo digital na imprensa pública e privada Moçambicana, com especial atenção para o jornal *Notícias* e *@ Verdade*, demonstram o aproveitamento abaixo de 50 por cento dos recursos da Internet. Em termos comparativos, o Jornal *Notícias* é superado em larga escala percentual pelo Jornal *@ Verdade* quanto à criatividade de adaptação ao ambiente digital.

Durante a análise de dados empíricos, cinco potenciais recursos dos media digitais detêm a nossa atenção: a arquitetura de informação, a interatividade, a ubiquidade, a instantaneidade, a personalização de conteúdos e a multimedialidade.

Ambos jornais apresentam uma tentativa de construção de uma arquitetura de informação acessível e navegável para pessoas portadoras de deficiências. Tanto o Jornal *Notícias* como *@ Verdade* pecam no aspeto visual das suas páginas, no uso das cores, no tamanho das letras, nas fontes, bem como no aspeto estético e gráfico.

Quanto à interatividade, o Jornal *Notícias* não apresenta o formulário de contato com os jornalistas, fórum de discussão, inquéritos, comentários das notícias, votação nos artigos, menos ainda os *e-mails* de contatos. A ausência do fórum interativo e participativo do usuário nos conteúdos dos jornais, com jornalistas, com a direção da empresa ou entre os usuários diminui a possibilidade jornal conhecer o perfil dos seus usuários e da sua fidelização. Não só, a abertura do processo interativo e participativo com o usuário é uma forma clara de democratização da informação.

No que toca a interatividade, o jornal *@ Verdade* possui uma certa vantagem competitiva em relação ao jornal *Notícias*. Apresenta certa abertura em alguns dos aspetos da interatividade, particularmente, nos *e-mail* de contatos com os jornalistas, fóruns de discussão em tempo real e envio de notícias breves através de telemóvel.

Em relação à instantaneidade e atualização, o Jornal *Notícias* atualiza os seus conteúdos uma vez ao dia, enquanto o jornal *@ Verdade* já envereda por uma abordagem de atualização constante. Neste dois órgãos constatou-se que o fluxo de visita dos usuários no Jornal *@ Verdade* era maior devido à disponibilização contínua de novas notícias. A realimentação das notícias vem de três fontes principais: *Twitter*, repórter cidadão e do *facebook*.

A ubiquidade é uma das características do jornalismo digital que torna os conteúdos noticiosos acessíveis aos falantes de outras línguas. Neste aspeto, o jornal *Notícia* revela pouca preocupação pela universalização dos seus conteúdos ou responder a demanda de usuários falantes de outras línguas. Quanto a isso, o jornal *@ Verdade* apresenta uma tentativa de apresentação dos seus conteúdos em outras línguas por meio de tradução automática.

Embora a tradução automática apresente deficiências de sentido e de construção frásica, pelo menos oferece aos usuários uma ideia geral sobre o assunto tratado nas notícias através de sentido de intuição humana.

Há uma baixa percentagem de utilização da multimedialidade (imagem, vídeos e som) nos textos noticiosos de ambos jornais. A razão do baixo índice relaciona-se com a reduzida largura da banda que não permite uma resposta rápida dos conteúdos durante a consulta do usuário. Em ambos jornais, o aproveitamento é feito de forma desagregada do texto noticioso, ou seja, fora dos moldes dos media digitais.

A utilização de hipertexto é inexistente nos dois jornais. Nenhum dos jornais remete para outras fontes de informação dos seus conteúdos, porque mantém a mesma tradição do jornal em papel.

A memória é o recurso mais utilizado nos dois jornais, especialmente na recuperação de informação. Neste aspeto, as memórias precisam de ser aprimoradas para que permitam a recuperação de informação de forma desagregada, texto, imagem, som e vídeo.

Nos dois jornais destaca-se a manutenção da cultura analógica, baseada na transcrição direta de textos do formato em papel para o digital. Contudo, nota-se uma certa tentativa por parte do Jornal *@ Verdade* em produzir textos autónomos, de acordo com as normas de escrita para *web*.

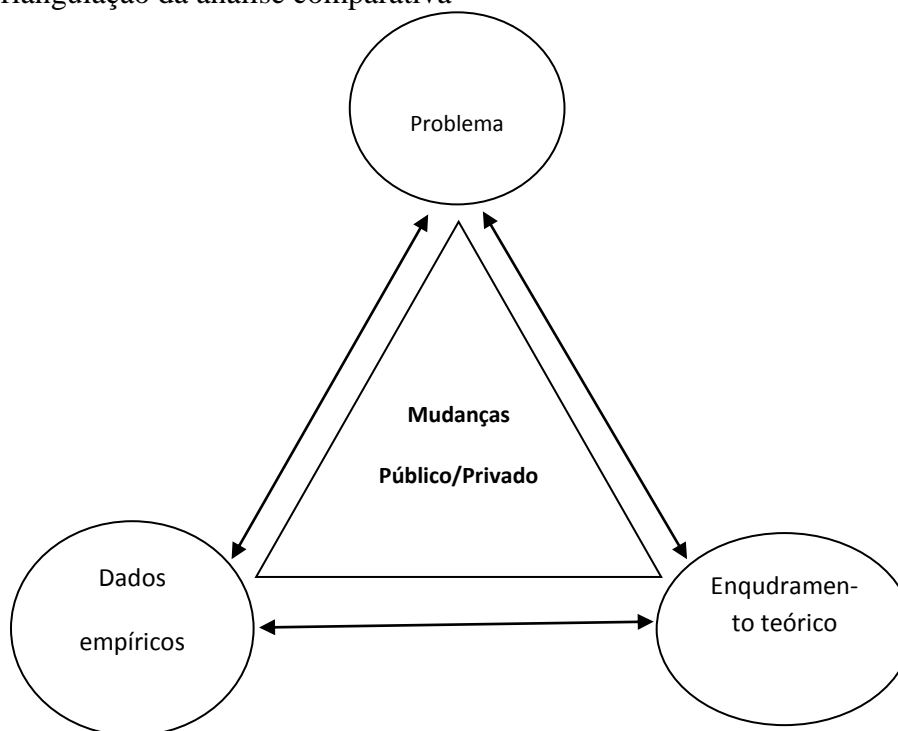
A fraca utilização das potencialidades da Internet pelos jornais digitais em análise, deve-se ao grande peso da prática da tradição do jornal em papel. No entanto, ainda existem possibilidades de amadurecimento da imprensa digital nos dois casos de estudo tendo em conta que a sua existência é de pouco menos de sete anos.

É incontornável comparar os dois jornais Notícias e a @Verdade devido ao percurso histórico de cada um e a forma como se apropriam das tecnologias digitais para a produção e distribuição de informação. Importa referir que o jornalismo digital tem impacto em Moçambique através dos media privados, graças aos fatores de utilização das tecnologias de informação e de comunicação e ao investimento na nova cultura de trabalho face à concorrência.

6.4. Análise comparativa de resultados: Jornais Notícias e @ Verdade

O objetivo da comparação visa analisar os dados empíricos de uma forma triangulada, ou seja, recorre-se às perguntas de partidas e procura-se responder-lhe na base dos dados recolhidos sustentando-a à luz da informação teórica, como ilustra a figura.

Figura nº14: Triangulação da análise comparativa



Fonte: Autor

Jornal Notícias Versus @ Verdade

A pergunta central no estudo empírico é: quais são as potencialidades técnicas dos jornais digitais públicos e privados que permitem o alargamento da audiência para as populações rurais que não falam nem escrevem em língua portuguesa?

Para facilitar a compreensão, análise e interpretação, os dados sumarizados são apresentados em tabelas como a seguir se vê:

Quadro n°9: comparação das potencialidades da Internet nos jornais *Notícias e @ Verdade*

| Jornal Notícias | Pontos | Jornal @ Verdade | Pontos |
|-----------------------------|-------------|-----------------------------|------------|
| Arquitetura informação | N/acessível | Arquitetura informação | Acessível |
| Interatividade/participação | 0 | Interatividade/participação | 17 |
| Ubiquidade | 0 | Ubiquidade | 2 |
| Hipertextualidade | 0 | Hipertextualidade | 0 |
| Instantaneidade | 0 | Instantaneidade | 12 |
| Memória | 6 | Memória | 5 |
| Personalização conteúdos | 0 | Personalização conteúdos | 6 |
| Multimedialidade | 1 | Multimedialidade | 2 |
| Total | 7% | Total | 44% |

Fonte: autor

No exercício exploratório de potenciais elementos característicos do jornalismo digital que permitem o alcance das audiências que não fala nem escreve em língua portuguesa, o levantamento empírico de dados revelou a seguinte situação para o *Jornal Notícias*: o jornal faz o aproveitamento de 7% das potencialidades do jornalismo digital. Sendo 6% da Memória e 1% da multimedialidade.

Os outros cinco elementos das potencialidades do jornalismo digital são considerados críticos: a arquitetura de informação, a instantaneidade, a multimedialidade, a personalização, Ubiquidade, interatividade/participação e hipertextualidade, cuja avaliação está abaixo do zero por cento.

Na matéria de arquitetura da página *web* do jornal *Notícias*, de acordo com o resultado de teste submetido aos deficientes visuais da Associação Moçambicana dos Deficientes Visuais, a página *web* do jornal apresenta um conjunto de defeitos de construção que não permitem uma navegação: o acesso a conteúdos mediante a navegação por *mouse*, dificuldades de localização do menu de navegação, deficiência de recuperação de informação através de motor de busca e inacessibilidade dos seus conteúdos através de dispositivos portáteis (telemóvel, *iphone*, *ipad* e *tablets*).

Moherdau (2008) afirma que a arquitetura de uma página de informação deve conter seções e serviços fundamentais para o usuário como:

- Exibição de estatísticas (matérias mais lidas, mais comentadas, mais enviadas por e-mail, ou nuvens de assuntos relacionados);
- Ferramentas de interatividade e de serviços (*SMS*, *RSS*, *newsletter*, *podcast*, personalização, comentários, questionários, correções e fale connosco, entre outros), formatos de conteúdos (*links* relacionados, *blogs*, páginas especiais, reportagem multiforme, texto multilinear, pacotes multimídia, comunidades e *open source*);
- Multimídia (áudio, vídeo, *slide show*, infográfico animado, fotos e galeria de fotos);
- Área de registo e *login*;
- Versões analógicas dos jornais, rádios ou emissoras de televisão;
- Sistema de busca avançado (por data, texto e multimídia);
- Resolução de tela;
- Acesso ao conteúdo se dá por *rato*;
- Menus são predominantemente horizontais;
- Serviços pagos e gratuitos;
- Anúncios publicitários.

Contudo, nem todos os elementos da arquitetura devem, necessariamente, configurar na página *web*. Palácios (2003) afirma que os elementos de arquitetura de informação podem ser utilizados com maior ou menor escala ou de forma indiferente. Nisto, o essencial deve ser assegurado para facilitar a navegação de pessoas deficientes como sistema de busca, o acesso aos conteúdos por meio do *mouse* e menú de navegação explícito.

A instantaneidade e atualização é uma variável que afeta, de certa forma, o modo de fazer um jornalismo, numa sociedade em fase acelerada de consumo de informação noticiosa. Na análise feita sobre a instantaneidade e atualização de notícias no *Jornal Notícias*, constatou-se que a atualização ocorre uma vez por dia, depois do fecho da edição em papel, à meia-noite. No final de 24:00 horas as notícias, são removidos para a memória do jornal.

Entende-se que o jornal ainda não assumiu o espírito de urgência noticiosa no *site*. A página *Web* alimenta-se do jornal em papel, por isso alguns fatos lá disponibilizados desatualizam-se em menos tempo ou minutos depois da sua disponibilização devido à velocidade com que ocorrem os acontecimentos no mundo. Já afirma Dalmone (2009), que a instantaneidade confere o papel da importância do “presente” e da aproximação aos fatos.

O fraco aproveitamento da multimedialidade constitui uma desvantagem competitiva do maior jornal público moçambicano em alcançar as audiências marginalizadas. Trata-se de uma audiência já portadora de telemóvel para a receção de conteúdos informativos, porém faltando a criatividade dos media digitais em disponibilizar conteúdos em línguas locais e em contextos culturais adequados.

No aspeto acima referido, Osborn (2006) reconhece a diversidade linguística africana e os desafios dos media face a isto. Para contornar a problemática de distribuição de conteúdos nas comunidades, o autor propõe a “multiliteracia”, uma forma de aprendizagem acumulada que combina imagem, texto e som. Tal aprendizagem, segundo Otieno, (2009) é possível mediante as novas gerações de telefones com funções de receção de sinais de vídeos, textos e imagens, uma tecnologia que promete revolucionar o mercado de comunicação inculturada.

Uma iniciativa como esta, além de apresentar uma nova dinâmica comunicacional amplia o alcance de audiência em contextos sociais, multiculturais e multilingues nunca antes alcançados pelos media clássicos como a rádio, televisão e jornais.

Um dos elementos críticos do jornal Notícias é o ponto relativo à personalização. A falha neste aspeto já reside na planificação da arquitetura da sua página *web*. Briggs (2007) já falava de personalização de conteúdo através do *Feed RSS*. A sua constatação resulta da massificação dos dispositivos móveis, de páginas *web* individuais ou organizacionais e de blogs, que são dependentes da fonte principal de notícias.

Já é comum em muitos jornais a distribuição de informação para vários dispositivos recetores via *RSS* e Aplicativos (*App*). A vantagem deste modelo de distribuição não é só a proximidade com o leitor, mas também a personalização da informação selecionada e subscrita pelo usuário para que lhe seja enviada para o seu dispositivo. Neste aspeto, o

Jornal Notícias está pontuado negativamente. Automaticamente perde oportunidade de negócio, pois a personalização conforme é definida por Marcet *et al* (2007) ela é uma negociação entre a organização de produção de conteúdos e os usuários. Uma negociação que envolve contrapartidas que só beneficiam a organização em termos de marketing e comunicação.

Quanto à ubiquidade, o jornal Notícias foi avaliado negativamente neste aspeto. A ubiquidade, apesar de ser menos relevantes na fase inicial, tem a sua importância em termos de projeção do jornal a nível global, usando duas ou mais línguas na sua versão digital, torna os conteúdos acessíveis na escala global, onde pressupõe-se que a língua inglesa é dominante. Os dados estatísticos da *World State* (2010) e da Eurobarómetro (2011) já indicavam a vantagem de visibilidade do uso de duas versões linguísticas do mesmo *website*.

A falta de interatividade e participação é notável em todo o jornal. Em nenhuma parte o jornal apresenta fóruns de debates, comentários, avaliação de notícias, etc. O que significa que o *Jornal Notícias* não apresenta nenhuma abertura interativa com os seus usuários, fecha-se a si mesmo e não permite nenhum diálogo com os seus leitores.

Inexistência de hipertextualidade é notável em todos os conteúdos noticiosos. O jornal não apresenta nenhum *link* de ligação quer aos textos internos ou externos ou a um vídeo.

No universo de 23 línguas nacionais faladas em Moçambique, o jornal *Notícias* não se expressa em nenhuma delas. O que significa que este diário comunica-se com 10 por cento da população moçambicana localizada, no seu grosso número, nas capitais provinciais.

O *Jornal @ Verdade* é um marco referencial de imprensa de proximidade com o cidadão e com uma redação digital autónoma.

Da análise feita ao jornal, *@ Verdade* explora 44% das potencialidades da Internet. Sendo 2% da multimedialidade, 17% da interatividade, 5% da memória, 6% da personalização e 2% da ubiquidade e 2% da multimedialidade.

Os elementos críticos do jornal são apenas três: a arquitetura da página web, a hipertextualidade e a multimedialidade.

Na matéria de arquitetura da página, o exercício feito junto da associação Moçambicana de Deficientes Visuais e Amblíopes demonstrou que o jornal é acessível aos usuários portadores de deficiência. A grande dificuldade surge na excessiva quantidade de informação disponibilizada na página *web*.

Quanto às barras de navegação do jornal, além de serem complexas, elas não são boas condutoras para a informação relevantes, situação que deixa o usuário encalhado num determinado assunto noticioso, sem a possibilidade de retorno à página de entrada.

De acordo com as normativas de acessibilidade na *Web*, que estão sendo adotadas em muitos países, defendem a superação das barreiras de acesso criadas pelos programadores de páginas *Web* que tornam incompatíveis com novos acessórios tecnológicos e do bom uso da navegação por teclado e voz adaptados para pessoas deficientes.

Em termos de “nós” hipertextuais que permitem o acesso à informação relacionada, interna ou externa, os textos do jornal @ Verdade constroem-se de forma isolada desdobramento de barras de navegação, uso de cores de destaque em todas as notícias, uso de fonte de letras que não permite fluidez de leitura, etc.

Para um jornal que nasce dentro da Internet, a hipertextualidade joga um papel fundamental para os seus usuários, que são na sua maioria amantes das tecnologias sociais. O não funcionamento da hipertextualidade no jornal priva os seus usuários de acesso à informação complementar e de conhecimento sobre os assuntos.

Na multimedialidade, apesar de aproveitar 2% das suas potencialidades, o jornal poderia maximizar este elemento técnico de modo a alargar a base da sua audiência. A perspectiva mais promissora é no sentido de criação de um centro de produção de conteúdos nacionais, cuja função se dedique exclusivamente a dobragem, legendagem para diversos contextos linguísticos nacionais. O aproveitamento desta potencialidade seria a combinação dos conteúdos produzidos dos jornais, das rádios comunitárias, da televisão e da potencialidade do telemóvel como meio de distribuição de conteúdos.

As rádios comunitárias são conhecidas pelas suas capacidades de produção e distribuição de conteúdos radiofónicos em línguas nacionais. Esse fator, combinado com a produção multimédia da televisão através de *Mobile TV* revela uma forte potencialidade de distribuição de conteúdos. Já são comuns telemóveis com a televisão e rádio integrados.

Para o caso específico das rádios, televisões e jornais moçambicanos, a integração no telemóvel é um poderoso instrumento de prestação de serviço de comunicação para as populações rurais. Por isso, a apropriação do telemóvel pelas comunidades rurais se justifica, por um lado, pela sua capacidade de penetração em meios rurais e pela sua potencialidade tecnológica de recepção instantânea de conteúdos e de troca interativa. Por outro, revela-se como ótima ferramenta para atingir comunidades moçambicanas segmentadas pelas suas realidades linguísticas.

É claro que a implementação deste tipo de projeto depende de dois fatores: da lei que permite a parceria entre o público e o privado e das infraestruturas de energia elétrica. Tendo em conta que o telemóvel depende da energia elétrica é necessário o meio rural disponha da rede nacional de energia elétrica.

Considerações sobre os casos

Em termos gerais, a multimedialidade poderia ter o maior peso e importância no jornalismo digital devido a múltiplos fatores de que Bardoel e Deuze (2001) acreditam haver a potencialidade de modificar a forma de narração jornalística. Os estudos de Maddenn (2007) e de Thurmann & Lupton (2008) chegaram a conclusão que a crise de leitura de jornais está a criar novos hábitos de consumo de notícias que tendem a dar preferência a pequenos textos e vídeos de curta duração.

A importância da multimedialidade e o seu potencial de atrair as novas gerações de consumidores foi demonstrado pelo jornal *New York Times*, numa reportagem intitulada “*Snow Fall- The avalanche at Tunnel Creek*” publicado em Fevereiro de 2012.

Para uma situação Moçambicana onde quase 60% da população é analfabeta, a multimedialidade tem o maior peso de importância, graças ao poder do sucesso do telefone móvel junto as populações de baixa-renda, (Fidalgo, 2013). A taxa de penetração dos telemóveis na população africana, relatado por Jensen (2008) tem muita vantagem junto da população rural e abre oportunidade para a imprensa aproveitar das suas potencialidades comunicativas para atingir a audiência marginalizada pelos media tradicionais, (Levisgston, 2011).

Vicente (2010) afirmava que as apropriações das novas tecnologias sociais pelo cidadão geravam novas dinâmicas sociais, novas formas de interações sociais e novas relações

entre os media e a sociedade. No mesmo contexto realça o impacto do telemóvel na “dimensão mediática” enquanto tecnologia para documentar e reportar acontecimentos.

Estudo de campo realizado nas províncias de Maputo (Namaacha e Moamba), Niassa (Lichinga, Lago, Sanga, Muembe, Majune e Ngauma.) e Cabo Delgado (Quissanga, Ancuabe e Chiure), nos dias 15 de Maio a 29 de Junho de 2012 com vista a perceber a distribuição dos jornais, receção dos sinais da rádio e televisão. O estudo chegou a conclusão de que há fraca penetração dos media e de informação nas comunidades rurais. As informações foram recolhidas junto das delegações provinciais do Jornal Notícias, da Rádio Moçambique, da Televisão de Moçambique. Papelarias, das autoridades tradicionais e de alguns cidadãos.

Os resultados apontavam para a seguinte situação de atraso de chegada dos jornais nas provinciais do Niassa e Cabo Delgado: Jornais independentes ou privados chegavam com um atraso de uma semana e Jornal *Noticias* tinha o atraso de dois ou três dias. Quanto à distribuição dos jornais para os distritos, eles só chegavam apenas para administração local.

O sinal da Rádio Moçambique e da Televisão de Moçambique era captado em algumas partes dos territórios dos distritos dos seguintes distritos: *Lichinga Lago, Sanga, Muembe, Majune e Ngauma*. Os restantes distritos não tinham capacidade de captar o sinal proveniente das antenas retransmissoras de *Lichinga* (capital da província de Niassa), exceto o sinal das rádios comunitárias locais (Rádio Comunitária de *Ngauma*, Rádio Comunitária *Luvila* e Mira-lago em *Mecanhelas*) ou da estações emissoras dos países vizinhos. (Malawi e Tanzânia).

Na província de Cabo Delgado, a distribuição dos jornais apresentava o mesmo cenário da província do Niassa. Os Jornais independentes ou privados chegavam com um atraso de uma semana e Jornal *Noticias* tinha o atraso de dois ou três dias. Quanto aos distritos, os jornais só chegavam apenas para administração local ou para alguns professores que se deslocavam ocasionalmente para a capital da província.

O sinal da Rádio Moçambique e da Televisão de Moçambique era captado em algumas partes dos territórios dos seguintes distritos: *Pemba, Quissanga, Ancuabe, Mecufi e Chiure*. O resto de distritos não possuía nenhum sinal nem da Rádio Moçambique nem

da Televisão de Moçambique, exceto o sinal das rádios comunitárias locais (Rádio Comunitária São Francisco e da Rádio Comunitária Sem Fronteira) e das rádios da Tanzânia captados nitidamente nos distritos de *Palma, Nagade e Mueda*.

O mesmo cenário já era diferente para a província de Maputo. Os jornais só eram acessíveis para administração local e alguns professores do ensino primário e secundários. Os sinais da rádio e da televisão eram captados com algumas dificuldades, exceto as rádios comunitárias locais (Rádio Comunitária Xinavane). A maioria da população escuta com frequência as rádios da Suazilândia e da República da África do Sul, cujo sinal era de alta qualidade.

Face ao problema de inclusão das populações rurais no processo de comunicação media e a sociedade, quatro soluções são importantes para o estabelecimento de uma nova relação entre os media e a comunidade i) criação de um centro de produção de conteúdos nacionais ii) investimento em recursos humanos falantes em línguas nacionais, iii) aproveitamento das potencialidades dos telemóveis para atingir as populações que vivem em regiões remotas, iv) investimentos em rádios e televisões regionais.

Conclusão geral

Chegado ao fim do trabalho resta apresentar as conclusões gerais e reflectir em torno dos pontos centrais da tese. No percurso da escrita sobre “As mudanças para o jornalismo digital na imprensa pública e privada moçambicana: Estudo comparativo dos Jornais *Notícias* e *@ Verdade*” foram seis capítulos fundamentais guiados por uma pergunta de partida, desdobrada em cinco perguntas específicas que foram respondidas na medida em que os capítulos foram avançando.

No primeiro capítulo procuramos explicar os objetivos e as metodologias do trabalho; o segundo capítulo analisa a questão dos media e a migração tecnológica em África; terceiro faz um relato histórico do jornalismo moçambicano, desde o período colonial até ao atual estágio de mudança para o digital; quarto traz o quadro teórico e conceitual e discute assuntos em torno do jornalismo digital; quinto explica cada um dos elementos característicos do jornalismo digital; e por último, sexto capítulo faz uma escrutinação e avaliação quantitativa dos elementos característicos do jornalismo digital nos jornais *Notícias* e *@ Verdade*, tendo como escopo explorar os elementos operativos que melhor permitem o alcance das audiências rurais marginalizadas pelos media tradicionais.

Em síntese, a tese deixa-nos cinco questões de análise final inspiradas nas teorias e correntes do pensamento sobre os processos de desenvolvimento e mudanças em África. Neste conjunto de questões destacamos, em especial, a reflexão de Hayes Mabweazara intitulado *New technologies and journalism practice in Africa: towards a critical sociological approach*, que sintetizam a ideia de inculturação do jornalismo africano.

Cinco linhas principais sintetizam a reflexão conclusiva. 1) o panorama africano de políticas públicas face aos desafios da digitalização; 2) o percurso histórico do jornalismo moçambicano até ao atual estágio da digitalização dos media; 3) a contribuição académica no esclarecimento teórico sobre o fenómeno do jornalismo digital; 4) os elementos característicos do jornalismo digital e sua funcionalidade; 5) a questão das potencialidades dos elementos característicos impulsionadores de inclusão da audiência marginalizada.

O estudo, em todo o seu percurso procurou ressaltar o binómio tecnologias/ media. Alguns argumentos apresentados podem ter-se deslocado do tema central, mas em certos capítulos cruzavam-se nalguns pontos e combinava com o fator cultura e línguas.

Em geral, o panorama africano de abertura de políticas públicas face aos desafios da digitalização reflete-se na quantidade de projetos tecnológicos e de autores empenhados na sua implementação em diversas áreas da sociedade, inclusive dos media.

Houve um grande avanço tecnológico em África nas últimas décadas. As barreiras relacionadas com alfabetização, literacia digital e o fortalecimento do cidadão no domínio das ferramentas básicas do computador e do uso da Internet continuam a constituir o entrave de transição para a sociedade de partilha de ideias e de conhecimentos sustentáveis para o desenvolvimento.

Na era das tecnologias, alguns meios de comunicação social dos países africanos assumiram as tecnologias como o fator importante de comunicação quer para a unidade nacional e identidade cultural da sociedade quer para a liberdade de imprensa e de expressão.

Com as tecnologias incorporadas nas organizações mediáticas e na sociedade, os media africanos vivem o momento de euforia de uma segunda conquista de liberdade de imprensa e de expressão, graças ao poder das tecnologias que ultrapassam as barreiras da censura política. O exemplo disto é a “Primavera Árabe” em África que está associada às tecnologias de comunicação e informação como o telemóvel, a Internet, blogs, *Facebook*, *Skype* e *Twitter* são os importantes catalisadores da liberdade de imprensa e de expressão, bem como na consolidação das transições democráticas em África.

No caso da imprensa moçambicana, a revolução ainda não chegou na sua plenitude devido aos fatores tecnológicos e de políticas públicas. Tendo em conta que a imprensa moçambicana atravessou três momentos caracterizados por dificuldades de comunicação efetiva com a sociedade: período colonial, onde os media estavam ao serviço de uma minoria instalada na colónia; período de instrumentalização dos media, no qual o jornalismo foi monopolizado pelo regime político marxistas, que se seguiu logo após a independência nacional e por último, a fase de pluralismo mediático, no qual a Lei de Imprensa aprovada depois da nova Constituição da república de 1990 concedeu liberda-

de imprensa e de expressão, hoje a imprensa moçambicana precisa de realizar uma quarta transição do jornalismo digital com estratégias bem claras de inclusão do cidadão no processo comunicativo.

Alguns os jornais moçambicanos estão em processo de mudança para o sistema digital, no qual são chamados à convergência de serviços com vista a inclusão do cidadão no processo de comunicação e formação de opinião, mas para uma maior proximidade entre os media e a sociedade, Moçambique precisa de redefinir políticas públicas para os media nacionais. Em contrapartida, os media devem assumir uma identidade cultural própria e contribuam para a edificação de uma cidadania participativa. Porque a nova fase de comunicação baseada na Internet possui características e potencialidades apropriada para efetuar a integração dos valores culturais e linguísticos nos media nacionais.

Os media públicos digitalizados são chamados a assumir uma responsabilidade social acrescida dentro desta fase em processo de mudança, particularmente para veicular informações contextualizadas na realidade cultural e agendar debates do interesse das comunidades multiculturais e multilinguísticas.

As mudanças para os media digitais não podem ser entendidas como a crise do jornalismo, pelo contrário, é uma fase de adaptação para as novas plataformas de comunicação como os telemóveis, *iphone*, *ipod*, *tablets* e outros dispositivos utilização na captura de conteúdos de notícias. Essas mudanças do processo de comunicação implicam, consequentemente, reformas dos planos de formação de jornalistas introduzindo disciplinas com forte componente tecnológica e linguística bantu.

As atuais mudanças que ocorrem no jornalismo resultam do avanço das tecnologias apropriadas pelas redações, designadamente a hipertextualidade, instantaneidade, interatividade, memória, multimedialidade, ubiquidade e personalização. Por isso, estes elementos constituem o ponto fulcral desta tese, pelo fato de portarem características revolucionárias de comunicação que facilitam a inclusão das audiências marginalizadas pelos media tradicionais.

Por isso, no capítulo de análise empírica dos dados, o exercício foi de buscar identificar o elemento característico do jornalismo digital que sirva de fator integrador entre os media digitais e as línguas nacionais ou a cultura nacional.

Num quadro em que 89% da população moçambicana vive à margem dos media, por questões da língua, impunha-se um estudo minucioso orientado por uma pergunta: quais são os elementos conectores entre os media digitais e os valores culturais e linguísticos moçambicanos?

Ao longo da análise empírica dos dados, alguns autores procuravam dar importância a interatividade, no conjunto de sete características do jornalismo digital. Segundo eles, a interatividade é a chave de democratização de informação e de abertura do jornalismo ao usuário, a participação na elaboração de conteúdos, ao debate, a partilha de informação. No meu entender este elemento não deixa de ter a importância que tem no contexto social e político em que ele é debatido, mas é o ponto mais sensível numa realidade política como a de Moçambique.

Para mim, a multimedialidade sintetiza o valor mais alto do produto informativo até então desenvolvido pelos media e jornalismo digital. Primeiro, permite uma rápida entrega de produto noticioso ao consumidor; segundo, em contextos culturais e linguísticos diferentes, a multimedialidade oferece a vantagem de incorporar num único formato o som da rádio, o texto do jornal e a imagem da televisão em línguas locais através de processos técnicos de dobragem, legendagem ou tradução.

As parcerias entre as rádios comunitárias, a Televisão de Moçambique e a Rádio Moçambique poderá combinar três vantagens competitivas: a partilha da experiência das rádios comunitárias no uso das línguas nacionais na produção de conteúdos, a partilha de infraestruturas e de profissionalismo da Rádio Moçambique e o conhecimento técnico de produção multimédia da Televisão de Moçambique.

Face ao problema do distanciamento dos media moçambicanos com audiência rural que não fala nem escreve em língua portuguesa, o Estado moçambicano deve criar leis que permitem parcerias entre o setor público e privado de comunicação, de modo a ultrapassar as três barreiras de comunicação efetiva com a sociedade partilhando conhecimento e infraestruturas de comunicação, bem como ultrapassar os problemas técnicos, financeiros e político/legal.

Os constrangimentos de ordem técnica relacionam-se com o atraso tecnológico dos media de propriedade pública. As tecnologias, não só abrem os jornais, as rádios e as tele-

visões a novas formas de fazer o jornalismo como também permitem a participação e colaboração do cidadão no debate das ideias e participação nas decisões políticas.

Na ordem financeira, o ponto crítico é a fraca capacidade financeira da indústria dos media nacionais face à demanda de informação da sociedade. A fraqueza financeira subjaz na própria história dos media moçambicanos, cujo percurso foi marcado pela dominação de dois regimes políticos, cuja intenção era reprimir qualquer tipo de liberdade de imprensa e de informação.

E por último, associa-se às duas primeiras dificuldades a barreira político/legal, a base sobre a qual se sustenta o exercício dos media. Apesar da existência da Lei de Imprensa que concede liberdade de imprensa e de expressão, ainda prevalecem algumas fragilidades: ausência de políticas públicas sobre os media, a Lei do acesso à informação, financiamento e receitas da imprensa nacional, regimento da concorrência dos media e da estratégia de migração digital.

A política pública dos media moçambicano deve ser elaborada tendo em conta as conquistas tecnológicas alcançadas nos últimos anos e conjugada com as necessidades de alargamento da esfera pública para as comunidades rurais que não falam nem escrevem a língua portuguesa, nisto é extensível a questão da regulação, qualidade dos conteúdos e os interesses das comunidades linguísticas nacionais.

O acesso à informação é um direito que favorece o exercício da cidadania e impulsiona o cidadão a participar na gestão do bem-público. A Constituição da República de Moçambique consagra a liberdade de expressão e o direito à informação, mas na realidade estes direitos não existem para que sejam desfrutados pelos cidadãos. O acesso à informação não se restringe apenas para os jornalistas como muitas vezes se deu a entender nos debates públicos sobre o assunto. Trata-se de um direito extensível para qualquer cidadão, inclusive para os pesquisadores.

Para uma melhor solução dos problemas aqui colocados, três tipos de soluções podem ser alternativas para o alcance da audiência multicultural e que fala as línguas nacionais: a reestruturação das redações, investimento na dobragem e tradução das línguas nacionais e criação de um quadro legal dos media.

O investimento tecnológico para a modernização dos média, particularmente os médias do Estado ou compartilhados pelo Estado, não pode ser visto na perspectiva de custos, mas em termos de benefícios. Os tais benefícios podem ser de ordem social como, a melhoria de qualidade de serviços públicos prestado à sociedade ou de redução dos processos de trabalho, recolha, tratamento e difusão de informação.

Apesar de tudo, e face aos desafios dos novos médias integrarem as audiências marginalizadas, a solução prática seria que os gestores dos média colocassem nas suas agendas de expansão os desafios específicos: reforma institucional face às necessidades das audiências e processo de produção de conteúdos em línguas nacionais.

A julgar pelas tendências dos média moçambicanos para os próximos anos, seja público ou privados, a inclusão das línguas nacionais poderá ser matéria de agenda dos média, por existir uma tendência comercial dos produtos informativos, cujo poder de compra só existe na camada social alfabetizada.

O uso exclusivo da língua portuguesa nos jornais é um problema que só pode ser resolvido mediante a implementação de política de línguas nacionais nos sistemas de ensino e nos média. Aliás, ensaio de introdução de línguas nacionais já tinha sido feito pelos missionários no período colonial, mas logo depois da independência nacional, em 1975, as línguas nacionais foram banidas no processo de comunicação.

O retorno ao debate sobre as línguas moçambicanas no sistema nacional de ensino abre uma janela de esperança que o projeto terá impacto direto nos média. A Universidade Eduardo Mondlane em conjunto com centros de formação de professores primários já dera um passo importante no ensino das línguas moçambicanas. As taxas de sucesso escolar em escolas que ensinam as línguas nacionais têm sido reportadas pelo ministério de educação. As associações profissionais de comunicação, o Sindicato Nacional de Jornalistas e estabelecimentos de ensino de jornalismo ainda não estão preocupados com um debate desta natureza.

Entendo que as reformas curriculares dos cursos de jornalismo se incluíssem a formação do pessoal local no domínio da cultura das línguas nacionais como disciplinas curriculares agregaria um valor acrescentado ao esforço de inculturação dos média na sociedade moçambicana. Porque o investimento no capital humano influenciará na produtividade

de conteúdos nacionais e prepararia, convenientemente, os futuros jornalistas para trabalharem em contextos culturais e multilingues.

É certo que o investimento no capital humano não seria a solução única de aproximação dos media à cultura e apropriação das línguas nacionais, pois envolve um conjunto de outros fatores residuais como habilidade de escrita em línguas nacionais, a literacia digital e alfabetização.

As culpas da marginalização das audiências rurais pelos media moçambicanos devem ser partilhadas por três sectores da sociedade: política, media e o ensino.

Como dissemos anteriormente, o sistema político tem a responsabilidade de formular políticas públicas sobre os media nacionais e o sector de ensino. Uma das políticas consideradas urgentes é a política das línguas nacionais. A execução dessa política seria da responsabilidade do sistema nacional de educação como forma de fortalecimento do cidadão dentro da sua própria cultura. Neste contexto, os media assumiriam a responsabilidades de incluir, no seu processo de comunicação com a sociedade, duas ou mais línguas nacionais.

Moçambique tem alcançado melhorias significativas na infraestrutura de suporte ao desenvolvimento e expansão dos media digitais, graças a expansão dos serviços da fibra ótica, da telefonia móvel e da Internet de Banda Larga. Presentemente, a penetração da telefonia móvel cobre 86,7 por cento da população moçambicana, uma percentagem apreciável, em termos de apropriação das tecnologias sociais de comunicação.

A massificação de telemóvel está a modificar a paisagem rural moçambicana, porque agrupa diversas funções num só dispositivo como a rádio, telefone, televisão, máquina fotográfica sendo assim, a sua potencialidade deve ser uma das aposta dos media para alcance da população rural, cuja taxa de penetração e de apropriação é mais elevada nas comunidades rurais.

Essas infraestruturas tecnológicas tem sido fundamentais para reforçar as capacidades dos media alcançar as referidas audiências marginalizadas através do uso do telemóvel.

As populações marginalizadas sairão a ganhar em termos da sua inclusão na sociedade onde se partilha conhecimento e experiências de trabalho e uso de ferramentas adequadas que desenvolvem eficazmente os processos de trabalho, permitem a participação nos

sistemas político e na democratização de informação. O conceito de interatividade aqui usado não se expressa exclusivamente pela troca de mensagens entre o usuário e o jornalista, comentários, opiniões, etc. envolve a possibilidade de tornar o usuário o produtor de conteúdos genuinamente moçambicanos.

O envolvimento da Universidade Eduardo Mondlane e Centros de Formação dos professores primários no ensino das línguas nacionais cria condições para alfabetização digital das comunidades rurais nas línguas locais. O esforço continua a ser mínimo para um país que possui um pouco mais de 23 grupos linguísticos. A população rural precisa ter condições básicas para manipular as ferramentas informáticas, a Internet e o telemóvel para que tenha acesso aos media digitais e participe na produção de conteúdos locais.

Os media que funcionam com a comparticipação do Estado, nesta vertente o Jornal *Notícias*, Rádio Moçambique e a Televisão de Moçambique têm uma responsabilidade acrescida na integração do cidadão na autoestrada de informação. A integração dos três meios, numa redação em escala maior, reduziria as despesas de funcionamento e aumentaria o raio de cobertura nacional.

A convergência dos três órgãos baseia-se nas experiências de cada um dos órgãos: a rádio pela sua forte capacidade de penetração no meio rural através de línguas nacionais, o jornal pela sua versatilidade de apropriação das novas tecnologias, produção de conteúdos hipertextualizados e sua distribuição através de usuários da Internet e a televisão pela retórica persuasiva baseada na multimedialidade.

Cumprir com o projeto desta natureza, é necessário que o Estado moçambicano reformule políticas e restructure os serviços públicos da radiodifusão e da imprensa, em função do cenário da migração para o digital e da convergência dos meios. Pois, a integração dos três media, numa única rede de comunicação, promove a inclusão e a participação do cidadão nacional na sociedade de comunicação e de partilha de conhecimento.

Em termos dos objetivos a alcançar com o projeto é fundamental que ele se desenvolva de forma progressiva: primeiro, estudar as formas eficientes de alcançar o público marginalizado, a partir das experiências da Rádio Moçambique e das rádios comunitários que já operam nos meios rurais; segundo, articular os planos de formação de jornalismo

com as necessidades do mercado de trabalho; terceiro equipar a nova rede de comunicação de tecnologias de ponta para a produção de conteúdos multilíngue; quarto, capacitar o público marginalizado em matérias de educação para os media; quinto e por último, redefinir a política de financiamento de serviços públicos.

Chegado este momento resta concluir que a potencialidade do jornalismo digital, especificamente a multimedialidade, revela-se como uma ótima ferramenta de comunicação com as populações rurais. Mas a aplicação da ferramenta nos media digitais implica repensar os processos de produção, distribuição, formação dos profissionais. Mas a estabilidade política do país, os investimentos tecnológicos e o aumento de cursos de formação em jornalismo permite vislumbrar que o jornalismo digital vai nascer de novas experiências mais contextualizado na realidade cultural da sociedade.

Bibliografia

A

Abolou, C. (2010) “Langues, dynamiques des médias audiovisuels et aménagement média-to-linguistique en Afrique francophone”, in *GLOTTOPOL Revue de sociolinguistique en ligne* n° 14, pp. 5-16.

Adaime, P. (2010) 1º seminário internacional de jornalismo online, In *Revista electrónica Comtempo*, Vol. 2 N° 1, [online] <http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/comtempo>, consultada no dia 20/06/11.

Adam, L. (1997) “Content and the Web for African Development” In *Journal of Information Sciences*, 23, n° 1 pp. 91-97.

Adam, L. & Wood F. (1999) “An Investigation of the Impact of Information and Communication Technologies in Sub-Saharan Africa”. In *Journal of Information Science*, 25, no. 4, pp. 307-318.

Adeya, C. (2001) “Information and Communications Technologies” In *Africa: A review and selective Annotated Bibliography 1990-2000*, Ed.INASP, Oxford.

African Media Barometer (2009), [on line]
<http://www.misa.org/programme/mediamonitoring/AMBMozambique2009.pdf>

Consultado no dia 25/04/10.

Africa Media Barometer (2011), Barómetro Africano dos Media, Moçambique 2011, Ed. Friedrich Ebert-Stiftung, Windhoek.

African Union (2002) “Declaration of Principles on Freedom of Expression in Africa” adoptada pela Comissão Africana para os Direitos Humanos e dos Povos na 32ª sessão decorrida nos dias 17-23 de Outubro de 2002, na Gâmbia.

AIMC (2008) Libro Blanco IAB-AIMC medición de audiências digitales [on line] <http://www.aimc.es/-Libro-Blanco-Digital-.html>, consultado no dia 22/02/12.

@ Verdade, 2011, “StarTimes moderniza transmissões televisivas em Moçambique” [online] <http://www.verdade.co.mz/nacional/19130-startimes-moderniza-transmissoes-televisivas-em-mocambique>, consultado no dia 27/06/11.

Agbobli, C. (2008), “ Internet and development in Segegal: Towards new forms of use” In *Africa Media Review*, Volume 16, Number 2, Addis Abeba, pp. 11-28.

Agenda de Tunis, (2005), WSIS-05/TUNIS/DOC/6 (rev. 1), [online] http://www.itu.int/wsis/documents/doc_multi.asp?lang=es&id=2267|0, consultado no dia 13/09/2010.

Ajayi, G (2002) “Information and communication technologies in Africa”, texto apresentado numa conferência realizada em Trieste, Itália, nos dias 11-16 de Fevereiro de 2002, [online] http://www.powershow.com/view/121ded-NzA4N/Information_and_Communication_Technologies_in_Africa_By_G_Olalere_Ajayi_Director_GeneralCEO_Nation_flash_ppt_presentation, consultado no dia 14/02/11.

Albertos, J. (1974) *Redacción Periodística, los estilos u los géneros en la prensa escrita*, Ed. A.T.E, Barcelona.

Albornoz, L. (2007) *Periodismo digital*, Ed. La Crujía, Buenos Aires.

Almeida, A. & Abreu J. (2005) *A lógica de mercado no discurso jornalístico*, In Em Questão, Vol. 11, nº 2, Porto Alegre, pp. 455-470.

Almiron Roig, N. (2006). “Los valores del periodismo en la convergencia digital: civic journalism y quinto poder”. In *Revista Latina de Comunicación Social*, nº 61 Tenerife, pp. 1-12, [online] <http://www.ull.es/publicaciones/latina/200609Almiron.htm>, consultado no dia 20/04/2011.

Alvermann, D. (2004) Media, Information Communication, Technologies, and Youth literacies, In *American behavioral scientist*, Vol. 48 Nº 1, pp. 78-83.

Alves, N. (2008), Perfis dos utilizadores da Internet em Portugal, in *Revista Análise Social*, Vol. XLIII, Nº 3, pp. 603-625.

Alves, R. (2006), Jornalismo digital. Dez anos de Web... e a revolução continuam, in *Comunicação e Sociedade*, Vol. 9-10, pp. 93-102.

Amadori, R & Marques, M (2009) *A instantaneidade e a construção da notícias no jornalismo* [online], <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/centrooeste2009/resumos/R17-0304-1.pdf>, consultado no dia 02/02/11.

Amaral, I. (2006), Interactividade e a mudança do paradigma comunicativo, in *Revista Interações*, nº 11, pp.33-52.

Andrade, M. (2008) “Distribuição de conteúdos multi-plataforma”, comunicação apresentada no seminário organizado pela Fundação Gulbenkian no dia 2-4 de Julho de 2008.

Anuário (2011) *Audiências diárias de televisão, rádio e jornal* [on line] <http://www.mmm.co.mz/blog/anuario-2011-de-audiencias-diarias-de-televisao-radio-e-jornal-e-apresentado-pela-intercampus/440/>, consultado no dia 15/06/12.

Aranha, B. (1885), *Subsidios para a história do jornalismo nas províncias ultramarinas portuguesas*, ed. Imprensa Nacional, Lisboa.

Araújo, V. *et al.* (2009), “Os jornalistas na sociedade em rede: novos modelos de *gate-keeping*?” In *Da Comunicação de Massa à comunicação em rede*, Porto Editora, Porto, pp. 69-99.

Armananzas *et al.* (1996), *El periodismo electrónico*, Ed Ariel, Barcelona.

Avilés, J. *et al* (2009), “ Integración de redacciones en Austria, España y Alemania, modelo de convergência de meios”, in *Revista Análisi*, nº 38 pp. 173- 198.

Akpan, P. (2000), African in the Age of a Global Network Society. Vol.4, nº2 [online] <http://web.africa.ufl.edu/asq/v4/v4i2a1.htm>, consultado no dia 20/02/11.

B

Baggio, C. (2011), *Jornalismo colaborativo em portais de notícias online: o que a mídia hegemônica não enxerga?* [On line] <http://www.usp.br/celacc/ojs/index.php/blacc/article/viewFile/308/303>. Consultado no dia 21/12/2013.

Baldessar, M. (2003), *A mudança anunciada, o cotidiano dos jornalistas com o computador na redacção*, Ed. Insular, Brasil.

Balima, T (2006), “Un journaliste professionnel est-il universel? Réflexion sur la pratique journalistique en contexte africain”, in *Les Cahiers du Journalism* nº 16, Autome, pp.190-197.

Bamgbose, A. (2011). *African Languages Today: The Challenge of and Prospects for Empowerment under Globalization*, [on line] <http://www.lingref.com/cpp/acal/40/paper2561.pdf>, consultado no dia 12/04/2013.

Banda, F. (2007) “Un overview of the key pan-african media development initiative: problems and prospects”, In *Revenue regeneration for robust African media*, Ed. Konrad Adenauer Stiftung, South Africa, pp.2-9.

Banda, F. (2010), *Citizen journalism & democracy in Africa*, Ed- Hignway Africa, South Africa.

Barber, B. (1984), *Strong democracy: participatory politics for a new age*, Ed. University of California Press, EUA.

Barbosa, E. (2000) *A Radiodifusão em Moçambique: O caso da Rádio Clube de Moçambique, 1932-1974*, Ed. Promédia, Maputo.

Barbosa, S. (2007): *Jornalismo Digital da terceira geração*, [on line] http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/barbosa_suzana_jornalismo_digital_terceira_geracao.pdf, consultado no dia 04/05/10.

Barbosa, S. & Mielniczul, L. (2011) Ferramentas para análise da hipertextualidade em cibermeios, In Marcos palacios (org) *Ferramentas para análise de qualidade no ciberjornalismo*, Vol. 1, Labcom books, Covilhã, pp. 37-50 [on line] http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20111202-201110_marcos_palacios.pdf, consultado no dia 01/12/2011.

Barbosa, S. et al. (2011), Ferramenta para análise de base de dados em cibermeio, In. Marcos Palacios (org), *Ferramentas para análise de qualidade no ciberjornalismo*, Vol. 1, Labcom books, Covilhã, pp.167-182 [on line] http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20111202-201110_marcos_palacios.pdf, consultado no dia 01/12/2011.

Barbosa, S. (s/d) *Sobre mediações, rutura e a emergência de um novo status para as bases de dados no jornalismo digital* [online] www.intermidias.com, consultado no dia 22/08/2010

Bardoel, J. & Deuze, M. (2001), “Network journalism: converging competences of old and new media professionals”, In *Australian Journalism Review* Vol.2, nº 23, pp. 91-103 [on line] <http://jclass.umd.edu/classes/jour698m/BardoelDeuze+NetworkJournalism+2001.pdf>, consultado no dia 20/02/2011.

Bardoel, J. (2002), “The Internet, journalism, and public communication policie”, In *Gazette: The international journal for communication studies*, Vol. 64 N°5 pp.501-511.

Barrero, A. (2011) “.Diários para el Ipad, nuevas oportunidades para el periodismo digital” In *La Investigación en periodismo digital. Algunos trabajos desde el Ámbito universitario*, Ed. Asociación de periodista de Aragón, Zaragoza pp. 28-38.

Bastos, H. (2000), *Jornalismo Electrónico – Internet e Reconfiguração das Práticas nas Redações*. Ed. Minerva, Coimbra

Bastos, H (s/d) *Ciberjornalismo e narrativa hipermédia*, [on line] http://prisma.cetac.up.pt/artigospdf/ciberjornalismo_e_narrativa_hipermedia.pdf. Consultado no dia 27/01/11.

Bastos, H (2006), “Ciberjornalismo: dos primórdios ao impasse” In *Comunicação e Sociedade*, Vol. 9-10, pp. 103-112.

Bastos, H (2008) Ciberjornalistas portugueses: das práticas as questões de ética, [on line] in Prisma.com, nº7, Lisboa.

Batista, J. & Zago, G. (2010) “Ativismo em Redes Sociais Digitais: Os fluxos de comunicação no caso #forasarney”, In *Estudos em Comunicação*, nº8, pp.129-146

Bauman, Z. (2006) *Liquid moderniy*, Ed. Polity Press, Cambridge.

Benkler, Y. (2006) *The Wealth of Networks: How Social Production Transforms Markets and Freedom*. Yale: Yale University Press. Also online at: http://www.benkler.org/Benkler_Wealth_Of_Networks.pdf. consultado no dia 20/7/10.

Berenblum, A. (s/d) *Identidade e língua nacional. Comentários acerca da produção de estrangeiros* [on line] <http://www.universidadenmade.org.br/userfiles/file/Lugar%20Comum/18/15%20IDENTIDADES%20E%20LINGUA%20NACIONAL.pdf>, consultado no dia 22/04/2013.

Berger, G (2007a), “African journalism meets ICT: whither the wealth of networks?”, Texto apresentado na Conferência organizada pela School of Journalism and Communications em 2007, na Rhodes University, South Africa.

Berger, G (2007), *Media Legislation in Africa – A Comparative Legal Survey*, publicado pela UNESCO e pela School of Journalism & Media Studies, Rhodes University, África do Sul.

Berger, G (2009), “The changing media ecosystem: what Africa needs to know”. In *doing digital media in África*, Ed. Konrad-Adenauer-Stiftung, South Africa pp.6-13.

Berger, G (2009a), From Now to next in African newsrooms, use of ICTs: the case of Nika, In *Doing digital media in África*, Ed. Konrad-Adenauer-Stiftung, South Africa pp.48-65.

Berger, G (2009c) *Beyond Broadcasting: the future of state-owned broadcasters*, In Southern Africa, Ed. Highway Africa, South Africa.

Bertocchi, D. (2006) *Gêneros jornalísticos em espaços digitais*, [online] http://bertocchi.info/tese/MestradoDanielaBertocchi_divulgacao2007.pdf

Consultado no dia 18/12/10.

Beula, E. (2007) *MediaFAX: marco na revolução da imprensa moçambicana* [on line] www.macua.blogs.com/moambique_para_todos/.../mediafax_marco.html, consultado no dia 20/04/2011.

Blake, C. (1992) “The New Communication and Information Technologies and African Cultural Renaissance” In *African Journal of Library, Archives and Information Science*, 2, No. 2, pp.93-98.

Blankson, I. (2005), “Negotiating the Use of Native Language in Emerging pluralism and independent Broadcast System” In Africa, in *Africa Media Review*, Vol. 13 N° 1, pp.1-22.

Blod, R. (2002) *Livro do bolso do Weblogue*, Ed. Campo das Letras, Porto.

Boletim da República nº25, III Série, 4º Suplemento, de 10 de Abril de 2007.

Boletim da República, nº5, I série, de 13 de Fevereiro de 2005.

Bolter, J. & Grusin R. (2000) *Remediation: understanding new media*, Ed. MIT Press, USA.

Borger, M. et al. (2013) Constructing participatory journalism as a scholarly object , In *Digital Journalism*, Ed. Routledge, pp. 117-134 , London.

Bradshaw, P. (2011) *Mapping Digital Media: Social Media and News*, Ed. Open society Foundation, Serie, 15. London.

Braga, A. (2009), Teoria e método na análise de um Blog: o caso mothern, In *Blogs.com: estudos sobre blogs e comunicação*, Momento editorial, S. Paulo.

Brasilmedia (s/d) *Acessibilidade na Web*, [on line] <http://www.brasilmedia.com/Acessibilidade-na-Web.html>, consultado no dia 25/11/11.

Briggs, M. (2007), *Jornalismo 2.0*, Knight Foundation, USA.

Brosse, R. (2001), Le rôle des médias et des nouvelles technologies de la communication et de l'information dans la démocratisation des sociétés d'Afrique subsaharienne, In *Les Cahiers du journalisme n° 9 – Automne*, pp.174-187.

Bruns, A. (2005) *Gatewatching: collaborative online news proddution*, Ed. Peter Lang, New York.

Bruns, A. (2008) *Blogs, Wikipedia, Second Life, and Beyond. From Production to pro-duser*, Ed. Peter Lang, Oxford.

Bucci, E. (2000), *Sobre ética e imprensa*, Ed. Companhia das letras, S. Paulo.

Bueno, T (2007), “Em tempo (quase) real: análise semiótica do jornalismo na web”, tese de mestrado apresentado na universidade Federal Mato-Grosso do Sul.

Burson, M. (s/d), *100 BM digital tips, retos y solucione para la comunicación de las organizaciones en el entorno 2.0*, [on-line], <http://pt.scribd.com/doc/34900936/Periodismo-Digital-en-un-paradigma-de-transicion> Consultado no dia 27/06/11.

C

Cabrera, M (2010) *Análisis del impacto de la evolución tecnológica en los cibermedios en el contexto de la convergencia digital*, [on line] <http://www.aeic2010malaga.org/upload/ok/264.pdf>, consultado no dia 20/04/2013.

Cadima, F. (2010), “O campo dos media, a experiência democrática e a cultura participativa”, In *Media & Jornalismo*, n16, Vol.9, nº1, ed. Centro de Investigação media e jornalismo, Lisboa pp. 83-97.

Calvo, S. (2006), “La enseñanza del ciberperiodismo: Hacia una transversalidad mixta”, In *Revista de estudios de comunicación*, ZER, nº21, Espanha, pp.219-239 [on line] <http://www.ehu.es/zer/>, consultado no dia 15/12/10.

Camus, J. (2009) *Gestion de contenidos digitales*, [on line] <http://tienes5segundos.cl/pdfs/libro-tienes5segundos-final.pdf>, consultado no dia 19/02/2013.

Canavilhas, J. (2013). *Contenidos periodísticos en el ecosistema líquido: Entre la convergencia y la divergencia*. In Fernando Irigaray, Dardo Ceballos e Matias Manna, *Web periodismo en un ecosistema líquido* pp. 9-24, Rosario: Laborde Libros Editor.

Canavilhas, J. & Rodrigues, C. (2012) “O cidadão como produtor de informação: estudo de caso na imprensa online portuguesa” In *Estudos em Jornalismo e Mídia*, Vol. 9 Nº 2, pp.269-283.

Canavilhas, J. (2007), *Webnoticia: propuesta de modelo periodístico para la WWW*, Ed. Livros Labcom, Covilhã.

Canavilhas, J. (2008): *Cinco Ws e um H para o jornalismo na Web*, [online]

http://prisma.cetac.up.pt/153_Cinco_Ws%20e%20um_H_para_o_jornalismo_na_web_Joao_Canavilhas.pdf, consultado no dia 04/05/10.

Canavilhas, J. (2009), *Ensino do jornalismo: o digital como oportunidade* [online] <http://www.lasics.uminho.pt/ojs/index.php/jornalismo08/article/view/404/378>, consultado no dia 19/12/10.

Canavilhas, J. (2006), *Webjornalismo: Da pirâmide invertida à pirâmide deitada* <http://www.bocc.uff.br/pag/canavilhas-joao-webjornalismo-piramide-invertida.pdf>, Consultado no dia 04/05/10.

Candela. L (2001), *Los sistemas informativos en la era digit@l*, Editorial universitas, S.A, Madrid.

Canelas, C. (2011) *Os efeitos de convergência nos media noticiosos*, texto apresentado no Congresso Nacional da Literacia, Media e Cidadania, que decorreu no Centro de estudos de Comunicação e Sociedade, Universidade do Minho, 25-26 Março, Braga.

Cantavella, J. (2005) “La resistencia de los periodistas a la formación académica y tecnológica”, In *Las tecnologías periodísticas: desde ayer al mañana*, Ed. Sociedad Española de Periodista, Sevilla, pp.130-148.

Capela, J. (2010) *Moçambique pela sua história*, [on line] <http://www.africanos.eu/ceaup/index.php?p=92&s=2>, consultado no dia 20/05/2011.

Caperuto, A. (2011) “A metamorfose da nova mídia: tablets, e-readers e as mudanças nos jornais impressos” in *Comtempo Revista Electrónica do programa de Pós-graduação da Faculdade Cásper Libero*, Vol. 1, Ano 3, Brasil.

Cardoso, G (2009), *Da comunicação de massa à comunicação em rede: modelos comunicacionais e a sociedade de informação*, in *Da Comunicação de Massa à comunicação em rede*, Porto Editora, Porto, pp. 15-66.

Cardoso, C (2010), “The future of newsmagazines”, In *Journalism Studies*, iFirst Article, pp. 1-10.

Carvalho, V. (2009) *Conteúdos Videos nos jornais on-line- caso português*, [on line] <http://ria.ua.pt/bitstream/10773/1177/1/2009001337.pdf>. consultado no dia 24/03/2013.

Carvalho, A. (2002), “Multimédia: um conceito em evolução”, In *Revista Portuguesa de Educação*, Ed. Cied, Uminho, Braga, pp. 245-268.

Castels. M. (2003), *O fim do Milénio*, Vol. III, Ed. Fundação Calouste Gulbenkian, Lisboa .

Castells, M (2007), *A Galáxia Internet*, 2ª edição, Ed. Fundação Calouste Gulbenkian, Lisboa.

Cavallini, R. (2009) *De onde viemos e para onde vamos*, Ed Fina Flor, S. Paulo.

Censo 2007, [on-line] http://www.ine.gov.mz/censos_dir/recenseamento_geral/estudos_analise/lingua, consultado no dia 12/09/11.

Cerezo, P. (2009) “Los modelos de negocio online” In *Evoca Comunicación e Imagen*. pp. 17-21 Madrid, [on line] <http://www.evocaimagen.com/cuadernos/cuadernos1.pdf>, consultado no dia 22/02/2010.

Chalaby, J. (2003), “O Jornalismo como invenção anglo-americana Comparação entre o desenvolvimento do jornalismo francês e anglo-americano (1830-1920) ”, In *European Journal of Communication*, Vol. II, n.º 3, pp.29-50.

Chichava, S & Pohlmann (2010) Uma breve análise da imprensa moçambicana, In *Desafios para Moçambique* 2010, IESE, pp. 127-138 [on line] www.iese.ac.mz/lib/publication/.../IESE_Des2010_5.ImpMoc.pdf, consultado no dia 22/04/2011.

Chen, A. (2013), “The death of RSS in a single graph”, [on line] <http://andrewchen.co/2013/04/29/the-death-of-rss-in-a-single-graph/>, consultado no dia 02/04/2013.

Cocchi, M. (2008), Comunicação social: a revolução celular, [on line] <http://www.alem-mar.org/cgi-bin/quickregister/scripts/redirect.cgi?redirect=EkpAAZlkAAgzNqKWwM>

Consultado, 28/02/2012.

Constituição da República de Moçambique, Aprovada pela Assembleia da República, no dia 16 de Novembro de 2004.

Constituição da República de Moçambique de 1990, 4ª edição actualizada Ed. Imprensa Nacional de Moçambique, Maputo.

Corrêa, E. (2005), Comunicação digital: uma questão de estratégia e de relacionamento com públicos, In *Organicom* ano 2, nº 3 pp.96-111.

Corrêa. *et al.* (2011), “O estudo das redes sociais na comunicação digital: É preciso usar metáforas?”, In *Estudos em Comunicação*, Nº9, pp.201-225.

Correia, J. (2005 a) *Sociedade e comunicação: Estudos sobre jornalismo e identidades*, Ed UBI, Covilhã.

Correia, J. (2009), *Teoria e crítica do discurso noticioso*, Ed. Livros do Labcom, Covilhã.

Correia, J (s/d) *Cidadania, Comunicação e literacia mediática* [on line] www.bocc.ubi.pt, consultado no dia 21/12/2010.

Correia, J (2010) “Novos jornanismos e vida cívica: limites e possibilidades do «jornalismo deliberativo»”, In *Cidadania Digital*, estudos em comunicação, Covilhã, pp.71-100.

Cossa, L (2011) “Línguas nacionais no sistema de educação para o desenvolvimento em Moçambique”, In *Educação e Realidade*, nº3, Vol. 36, Porto Alegre, pp. 705-725 [online] http://www.ufrgs.br/edu_realidade, consultado no dia 30/07/12

Costa, L. (2006), “Inclusão digital: uma alternativa para o social? Análise de projectos realizados em Salvador”, In *INOVCOM, Revista Brasileira de Inovação Científica em Comunicação*, Vol. 1, nº 1, pp. 107-122, [online], <http://www.portcom.intercom.org.br/ojs-2.3.1-2/index.php/inovcom/article/view/310>, consultado no dia 27/06/11.

Cyranek (2000), “A visão da Unesco sobre a Sociedade de Informação”, artigo apresentado na Conferência do Grupo 9.4 da Federação Internacional de Processamento da Informação (*International Federation of Information Processing - IFIP*) realizada em Cape Town (África do Sul) de 24-26 de Maio de 2000.

Christians, C. (2004), “Ubuntu and communitarianism in media ethics”, In *Ecquid Novi: African Journalism Studies*, Vol. 25, nº2, pp. 235-256.

Crucinelli, S. (2010): *Ferramentas Digitais para Jornalistas*, Ed.Centro Knight para o Jornalismo nas Américas, da Universidade do Texas em Austin, USA, [online], <http://knightcenter.utexas.edu/blog/?q=pt-br/node/6603>, consultado no dia 08/04/09.

Curran, J. (2010) “Future of Journalism”, In *Journalism Studies*, iFirst Article, pp.1-13

D

Dados Estatísticos de Jornalistas Associados enviados ao Gabinete de Informação, GABINFO, Nota do envio 001/GABINFO/-DEC/2008, de 06/03/08.

Dalmonte, E. (2007), “Inovações tecnológicas, Webjornalismo e fluxos informacionais: entre novas possibilidades e velhos ideais”, In *Intercom – Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, Vol.30, nº.1, S. Paulo, pp. 129-149.

Dalmonte, E (2009), *Pensar o discurso no webjornalismo: temporalidade, paratextos e comunidades*, Ed. EDUFBA, S. Salvador Bahia [on line] <https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ufba/200/3/Pensar%20o%20discurso%20no%20webjornalismo.pdf>, consultado no dia 20/02/11.

Daniel, J. (2003) *Educação e Tecnologia num mundo globalizado*, Ed. Unesco Brasil, [on line] <http://unesdoc.unesco.org/images/0012/001298/129810porb.pdf>, consultado no dia 20/02/11.

Deacon, D. *et. al* (1999) *Researching Communications*, Ed. Arnold, New York

Declaração Universal sobre os Arquivos [on line] http://www.tjrj.jus.br/c/document_library/get_file?uuid=5009ed55-ca1e-424b-8d78-dc0349c0f106&groupId=10136, consultado no dia 05/05/2011.

Declaração dos Princípios Sobre Liberdade de Expressão em África, Comissão Africana dos Direitos Humanos e dos Povos, Banjul 2002.

Dijk, J. (2009), “Users like you? Theorizing agency in user-generated content”, In *Media, Culture & Society*, SAGE Publications, Vol. 31, nº1, pp 41 – 58.

Diki-Kidiri, M. (2007) *Comment assurer la présence d’une langue dans le cyberspace?* [on line] <http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001497/149786F.pdf> consultado no dia 10/04/2013.

Diop, S. (2011) “Le pionniers del’Internet africain”, In *Au Herald les cahiers de L’ua* Vol. 1, Addis-Ababba, pp. 155-167.

Direito `a Informação. Relatório de Pesquisa sobre Instituições Publicas ‘Mais Abertas’ e ‘Mais Fechadas’ em Moçambique. MISA Moçambique, 28 de Setembro de 2009. Maputo.

Deuze, M. (2006), “O jornalismo e os novos meios de comunicação social”, In *Comunicação e Sociedade*, vol. 9-10, pp. 15-37.

Deuze et al. (2007) “Preparing for an Age of Participatory News. Journalism Practice”, In *Journalism Practice*, Vol.Nº3, pp 322-338.

Deuze, M. (2008), “Understanding Journalism as Newswork: How It Changes, and How It Remains the Same”, In *Communication and Culture*, Vol. 5(2): 4-23.

Deuze, M. & Fortunati, L. (2009) “Journalism Without Journalists”, In *News Online: Transformations and Continuities*, Basingstoke: Palgrave Macmillan, London.

Dias, E. (1995) Portugal em África: os africanos “portugueses” [on line] http://www.portuguesetimes.com/Ed_1995/Cronicas/cartadecalif.htm, consultado no dia 15/08/2010.

Dizard Jr, W. (2000), *A nova mídia*, Ed. Jorge Zahar, Rio de Janeiro.

Duarte, F. (2005) Informação de Proximidade, Jornais e Rádios, Ed. Âncora Editora, Lisboa.

Duncan, F. (2007) “ Exploiting traditional content through online platform” In *Revenue generation for robust African media*, Ed. Konrad Adenauer Stiftung, pp. 45-51.

Directório dos media em Moçambique, produzido para o estudo “ Media Pluralism Landscap, feito pelo centro NSJ para UNESCO e PNUD, 1999.

Domingo, D. (2006) *Inventing online journalism*, tese de doutoramento apresentado na Faculdade de Ciências da Comunicação da Universidade Autónoma de Barcelona.

Duarte, D. (2009) “How African traditional media can tap into new social media and blogs”, In *Doing Digital Media in Africa*, Ed. Konrad-Adenauer Stiftung, South Africa pp.25-32.

E

Edo, C. (2000) “Un nuevo periodismo: la prensa digital”, In *Estudios sobre el mensaje periodístico*, nº6, pp. 359-360.

Edo, C. (2001), “El lenguaje periodístico en la red: del texto al hipertexto y del multimedia al hipermedia”, In *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, n.º 7, pp. 79-94.

Edo, C. (2002), *Del papel a la pantalla, la prensa en Internet*, Ed. Comunicaciòn social, Sevilla;

Edmonds, R. et al. (2012) *the state of news media 2012: An annual report on American journalism*, [on line] <http://stateofthemediamedia.org/2012/newspapers-building-digital-revenues-proves-painfully-slow/newspapers-by-the-numbers/>, consultado no dia 19/03/2013.

Erdal, I. (2007) “Researching Media Convergence and Crossmedia News Production”, In *Nordicom Review Vol.28*, nº 2, pp. 51-61.

Espanha. R. (2009) “A inovação do irreal e a inovação metodológica” in *Da Comunicação de Massa à comunicação em rede*, Porto Editora, Porto pp. 267-271.

Espanha, R. et al (2009) “ Os jornais: a reinvenção de um meio” in *Da Comunicação de Massa à comunicação em rede*, Porto Editora, Porto pp.199-222.

Espinosa, F. (2006), “La enseñanza de la comunicación ante el ajuste tecnológico y cultural. La formación de comunicólogos en la era digital”, In *La Era Digital*, Primero Congreso Internacional de Comunicación Universidad Autónoma de Tamaulipas, 26-28 de Setembro de 2006, pp. 353-363.

Esteruelas, M. (2010) “Introducción al concepto de empresa periodística en internet” in *Revista Estudios sobre el Mensaje periodístico*, nº 16 pp. 31-43.

Esteves, J. (2010), “Novos media e deliberação: sobre redes, tecnologia, informação e comunicação”, In *IC- Revista Científica de Informação y Comunicación*, pp. 171-191.

Eurobarómetro (2011) *User language preferences online*, [on line]
http://ec.europa.eu/public_opinion/flash/fl_313_en.pdf, consultado no dia 22/01/2013.

ECTIM, Estratégia de Ciência, Tecnologia e Inovação de Moçambique, Apreciada e Aprovada pelo Conselho de Ministros na 15ª Sessão ordinária de 27 de Junho de 2006, [online], <http://www.gaza.gov.mz/legislacao/ciencia-e-tecnologia/ECTIM.pdf/view>, consultado no dia 02/12/10.

Borges, J. (2011) “Notícias que chega para todos”, in *Revista Exame PME*, Outubro 2011, pp. 68-69.

Ezema, I. (2010), “Globalisation, information revolution and cultural imperialism in Africa”, in *Information Society and Justice*, Vol.nº 3, nº 1, January, pp. 11-22.

F

Fachinetto, E (2005) “O hipertexto e as práticas de leitura”, In *Revista Letra Magna* Nº.3, Lisboa.

Felinto, E. (2008) “Think different: estilo de vidas digitais e a cibercultura como expressão cultural”, In *Revista FAMECO*, nº 37, Porto Alegre, pp. 13-19 [on line]
http://abciber.org/publicacoes/livro2/textos/Erick_Felinto.pdf, consultado no dia 27/07/11.

Ferreira, R. (2012) *New York Times cria nova forma de publicar reportagens*, In *Diário de Notícias*, 21/12/2012 [on line]
http://www.dn.pt/inicio/tv/interior.aspx?content_id=2961044&seccao=Media&page=-1, consultado no dia 21/12/2012.

Ferreira, G. (s/d): *A Ideologia dos novos media: Entre velhas e novas ambivalências*, [on line], <http://www.bocc.uff.br/pag/ferreira-gil-ideologia-media-ambivalencias.pdf>, consultado no dia 06/05/10.

Ferreira, G. (2010) “Espaços discursivos on-line e democracia deliberativa: promessas e limites”, In *Cidadania Digital*, Ed. Livros Labcom, pp. 101-115 Covilhã.

Ferreira, J. & Rocha, M. (2009), “Entre a inclusão e democracia digital: a atuação do Estado e do terceiro setor em comunidades pobres da região metropolitana do Recife”, in *Lunc em Revista*. Vol.5 nº 1, Rio Janeiro, [online], www.ibict.br/liinc, consultado no dia 22/01/11.

Ferreira, J. (2005) “Media, Jornalismo e Sociedade: a herança normalizada de Bordieu”, In *Estudos em Jornalismo e Midia*, Vol.2, nº1, Vale do Rio dos Sinos.

Ferreira, S. (2008) *Antropologia dos medias: perspectivas e leituras*, [on line] <http://repositorio.ipl.pt/bitstream/10400.21/772/1/Artigo%20Antropologia%20dos%20Media%20ESCS%20-%20Revisto.pdf>, consultado no dia 19/02/2013.

Ferreira, P. (2008a) *Motivações e impacto da China em África*, [on line] http://www.academia.edu/2700652/Motivacoes_e_impactos_da_China_em_Africa_Lumiar_Brief_4, consultado no dia 10/07/2011.

Fidalgo, A. (2013) *Celular como rádio de pilhas na era da Internet. Rádio IP no celular* [on line] <http://www.livroslabcom.ubi.pt/book/98>, consultado no dia 25/05/2013

Fidalgo, A. (2007), “ O ensino do jornalismo on-line”, In *O ensino do Jornalismo em redes de alta velocidade*, Ed EDUFBA, pp.39-47.

Fidler, R. (1997) *Mediamorphosis – Understanding New Media.*, <http://www.electronicmarkets.org/issues/volume-8/volume-8-issue-4/mediamorphosis0.pdf>, consultado no dia 19/05/10.

Firmino, G. (s/d), *A situação do português no contexto multilingue de Moçambique* [on line], <http://www.fflch.usp.br/dlcv/lport/pdf/mes/06.pdf>, consultado no dia 19/01/13

Folieto, L (2009) “Blogsfera X Campo jornalístico: aproximação e consequências”, In *Blogs.com, estudos sobre blog e comunicação*, ed. Momento Editorial, S. Paulo, pp. 199-215, [online], <http://www.sobreblogs.com.br>, consultado no dia 22/07/2011.

Fouda, V. (2009) “Les médias face à l’ouverture démocratique en Afrique noire: doutes et certitudes”, In *Les Cahiers du journalisme*, nº 19, pp.202-211 [on line] http://www.cahiersdjournalisme.net/cdj/pdf/19/16_FOUDA.pdf, consultado no dia 24/06/2011.

Francisco, K. (s/d) *O jornalismo e as redes sociais: participação, inovação ou repetição de modelos tradicionais?*, [online] <http://revistas.ua.pt/index.php/prisma.com/article/view/754/681>, consultado no dia 21/07/11.

Franco, G. (2009): *Como escrever para a Web - Elementos para a discussão e construção de manuais para redações online*, [online] http://knightcenter.utexas.edu/como_web.php, consultado no dia 28/04/10.

Franco, G (2009 a), *El impacto de las tecnologías digitales en el periodismo y la democracia en América latina y el Caribe*, Ed. Knight Center for Journalism, Texas.

Freedom House (2012) *Freedom of press 2012* [online]
<http://www.freedomhouse.org/report/freedom-press/freedom-press-2012>, consultado no dia 03/05/2012.

Freire, M. (2010) *Narrativa hipertextual multimedia: um modelo de análise*, [online]
<http://narrativahipertextualmultimedia.wordpress.com/2011/02/25/hello-world/>, consultado no dia 20/02/2012.

Freire, F & Fariña, J. (2010) “Cartografia do ciberespazo dixital e indicadores mediáticos da Lusofonia”, In Moises de Lemos Martins, Rosa Cabecinhas e Lurdes Macedo (eds.) in *Anuário internacional de comunicação lusófona*, Grácio Editor, Braga, pp.71-98.

Freire, E. (2009) “O *design* no jornal impresso diário. Do tipográfico ao digital”, In *Revista Galáxia*, nº 18, pp. 291-310.

Friend, C. & Singer, J. (2007) *online journalism ethics: traditions and transitions*. M.E.Sharpe, New York, traduzido por Rogério Christofolletti, “Preocupações éticas para o jornalismo online” pp.197. 201.

Fukuyama, Francis (2000), *A grande ruptura*, ed. Quetzal, Lisboa.

Fumero, A & Roca, G. (2007), *Web 2.0*, Ed. Fundación Orange, Espanha.

Furtado, J. (2007), “Fractura digital e literacia: Reequacionar as questões de acesso”, In *Comunicação & Cultura*, nº 3, pp. 97-111, [online], http://cc.bond.com.pt/wp-content/uploads/2010/07/03_05_Jose_Afonso_Furtado.pdf, consultado no dia 11/07/11

G

Galdón, G.(1999) *La enseñanza del Periodismo una propuesta de futuro*, EdCIMS 97, Barcelona.

Gans, H. (2013), *Journalism for democracy* [on line]
<http://www.niemanlab.org/2013/02/journalism-for-democracy/>, consultado no dia 25/05/2013.

Gans, H. (2010) “News & the news media in the digital age: implications for democracy” In, *American Academy of Arts & Sciences*, pp. 8-17.

Garcia, X. (2010) “Tiempos de redefinición del papel de cada soporte en la era digital” In *Colección Periodística* nº33, Ed. Comunicación Social, pp. 229-235.

Garcia J. (2008) *Más Allá de Google*, Ed. Infonomia, Barcelona.

Garcia, X. & Fariña (2008) “La prensa ante el reto on line. Entre las limitaciones del modelo tradicional y las incógnitas de su estrategia digital”, In Bustamante, E. Franquet, R. Garcia, T. López, X. e Pereira, X. *Alternativas en los medios de comunicación digital*, Ed. Gedisa, pp. 177-244, Barcelona.

Garrison, B. (1999), “On line information use in Newsrooms” A paper presented to the University of Luton Creativity and Consumption Conference, Luton, U.K., March 29-31.

Gates, B. (1995) *Rumo ao Futuro*, Ed. Mc Graw-Hill, Lisboa.

Garcia, J. (2008), “A producion informativa dos suportes tradicionais na era dixital”, In *Revista Comunicação e Sociedade*, Vol. 14, pp. 85-92, Braga.

Gelson, S. (2005), *Convergência do jornalismo e da publicidade online*, [on line] <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/convergencia-do-jornalismo-e-da-publicidade-online>, consultado no dia 12/06/11.

Geribault, J. (2010) *Localisation, traduction et diversité sociolinguistique en Afrique sub-saharienne: strategies et perspectives*, [on line] <http://www.erudit.org/revue/Meta/2010/v55/n4/045693ar.html?lang=es>, consultado no dia 30/04/2013.

Gil, E. (2005) “Las nuevas tecnologías en la formación del periodista”, in *Las tecnologías periodísticas: desde ayer al mañana*, Ed. Sociedad Española de Periodista, Sevilla, pp. 278-294.

Gilmor, D. (2005) *Nós, os Media*, Ed. Presença, Lisboa.

Golding, P. (1998), “Wordwide wedge”, In *Electronic empires*, Ed. Arnold, UK pp.135-148.

Gomes, R. (2009) *A importância da Internet para jornalistas e fontes*, Ed Livros Horizontes, Lisboa.

Gonçalves, M. (2003), *Direito da Informação*, Ed. Almedina, Coimbra.

Gonçalves, P. (2012) “Lusofonia em Moçambique: sem ou com glotofagia?” [on line] http://www.catedraportugues.uem.mz/lib/docs/lusofonia_em_mocambique.pdf, consultado no dia 25/04/2013.

González, C. & Balboa M. (2010) “Nuevos contenidos, nuevos perfiles profesionales ante nuevos escenarios de comunicación”, in *Sociedad, desarrollo y movilidad en comunicación* Ed. Universidad Autónoma de Tamaulipas, Mexico, pp. 375-380.

González, M. (1998) “Evolución y tendencias en la configuración gráfica de la “prensa” on-line” tese de doutoramento defendida na faculdade de Ciências de informação da universidade de Málaga.

Grabowick, P. (2013) *the transition to digital journalism* [on line]
<http://multimedia.journalism.berkeley.edu/tutorials/digital-transform/print-editions-decline/>, consultado no dia 19/03/2013.

Graddol, D. (1997) *the future of english?* [On line]
<http://www.britishcouncil.org/learning-elt-future.pdf>, consultado no dia 22/04/2012

Grossman, W. (1994) “Encouraging critical thinking using the case study method and cooperative learning techniques”, in *Journal on Excellence in College Teaching*, Vol.5, Nº1, pp. 7-20, Washington DC.

Gunter, B. (2000) *Media research methods*, Ed SAGE Publications, London.

Guri, J. (2005) “ Nuevos conceptos teóricos para la investigación en periodismo digital”, in *Las tecnologías periodísticas: desde ayer al mañana*, Ed. Sociedad española de periodística, pp. 168-182, Sevilla.

Gushiken, Y. (2006) “Dialogismo: emergência do pensamento Latino-Americano em Comunicação”, In *Comunicação, Midia e Consumo*, Vol.3, Nº 8, pp.73-91, S. Paulo

H

Hall, J. (2001). *Online journalism: a critical primer*, Pluton Press, London.

Hamelink, C. (1994) *The politics of world communication*, Ed. SAGE Publication, London

Hamelink, C. (2008) “A política de comunicação global, In LOGOS 28: Globalização e comunicação internacional. Ano 15, pp. 10-25, Rio de Janeiro.

Hamilakis, Y. & Labanyi J. (2008), “Time, materiality and the work of memory”, In *History & memory*, Ed. Indiana University Press, Vol.20, nº 2, pp.5-17.

Herschmann, M. & Kischinhevsky, M. (2008), “A geração podcasting” e os novos usos do rádio na sociedade do espetáculo e do entretenimento”, In *Revista FAMECO*, nº 37, pp. 101-106 Porto Alegre, [on-line]
<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/4806/3610>, consultado no dia 20/04/11.

Hill, J. (2003) *Regulatory Models for broadcasting in Africa*, [on line]
<http://www.article19.org/data/files/pdfs/publications/africa-broadcasting-policy.pdf>, consulted 20/03/2013.

Hohlfeldt, A. (2008) Comunicação e cidadania: o caso exemplar de *O Emancipador*, de Moçambique, In *Comunicação, Média e Consumo*, S. Paulo, Vol. 5, nº 14, pp. 13-32.

Hohlfeldt, A. (2009) “Imprensa das colónias de expressão portuguesa: primeira aproximação”, In *Comunicação e Sociedade*, nº 51, pp.135-154, Rio Grande Sul.

Hohlfeldt *et al* (2009) Síntese histórica da imprensa moçambicana: tentativa de interpretação [online] <http://pt.scribd.com/doc/33714966/Sintese-historica-da-imprensa-mocambicana-Tentativa-de-interpretacao>, consultado no dia 20/02/13.

Hohlfeldt, A. & Grabauska, F. (2010) Pioneiros da imprensa em Moçambique, in *Brazilian Journalism Research*, Vol.6, nº1, pp. 195-214, Bahia.

Hohlfeldt, A. (s/d) Profissionais de Moçambique no campo jornalístico em 1960: consensos e contradições, [online] http://compos.com.puc-rio.br/media/gt9_antonio_hohfeldt.pdf, consultado no dia 21/07/11.

Holanda, A et Al. (2008), “Metodologias de pesquisa em jornalismo participativo no Brasil”, In *Sociedade brasileira de pesquisa em jornalismo* Vol. 1, nº1, pp. 57-76, Bahia.

Honeymen, R. (2003) “African Regulation of satellite broadcasting in the Era of convergent ICTS”, In *Broadcasting policy and practice in Africa*, [on line] <http://www.article19.org/data/files/pdfs/publications/africa-broadcasting-policy.pdf>, consultado 20/03/2013.

Hufmann, M. (2009) “No jet ski, please, the challenges of newspapers in the Internet age”, in *Doing digital media in Africa*, Ed. Konrad-Adenauer-Stiftung, South Africa pp.104-109.

Hughes et al, (2006), *Como Comenzar y Continuar: una guía para los Centro Multimedia Comunitário*, Ed. UNESCO, Uruguay.

Hughes (2006) “Tipos de centro multimedia comunitários”, in *Como comenzar y continuar*, Ed. UNESCO, Uruguay pp. 13-17.

I

Ibarra, J. (2010) *Los cambios en la prensa escrita*, [online], <http://naturapixel.com/2010/03/31/los-cambios-en-la-prensa-escrita-por-juan-carlos-rodriguez-ibarra/>, consultado no dia 06/05/10.

ICA (2011) Declaração Universal sobre os Arquivos, [on line] <http://www.ica.org/download.php?id=1484>, consultado no dia 22/03/2013.

INCM (2010) *Estratégia de migração de radiodifusão analógica para digital em Moçambique*, Maputo.

INE (2007) Censo 2007, [on-line] http://www.ine.gov.mz/censos_dir/recenseamento_geral/estudos_analise/lingua, consultado no dia 12/09/11.

J

Janeira, A (1971) “A técnica de análise de conteúdo nas ciências Sociais” [on line] <http://analisesocial.ics.ul.pt/documentos/1224260109P6yXY4bm6Vt51JF8.pdf>, consultado no dia 02/10/12.

Jensen, M. (2009) “Tendências no fosso Digital em África”, [online], <http://www.acp-eucourier.info/Edicao-Especial-N.525.0.html?&L=3>, consultado no dia 11/09/2010).

Jensen, M. (1998) “Bridging the Gaps in Internet Development in Africa”: International Development Research Center, [online] http://www.idrc.ca/en/ev-11174-201-1-DO_TOPIC.html, consultado no dia 01/10/10

Jensen, M. (2004) Tendências no fosso digital em África, In *Le Courier*, p.24

Jenkins, H. (2006): “Convergência Cultural”, [online] http://portalliteral.terra.com.br/lancamentos/download/9065_capitulo_1_culturadaconvergencia.pdf, consultado no dia 04/05/10.

Jenkins, H (2001) “ Convergence? I diverge.” In *Technology review*, p.93, USA.

Jenkins, H. (2008), *What happened before Youtube?* [On line] http://henryjenkins.org/2008/06/what_happened_before_youtube.html, consultado no dia 20/02/2013.

Jenkins, H. (2009): “A cultura de participação”, In *Olhares da rede*, Momento Editorial, pp.61-70.

Jenkins, H. (2009) *Confronting the challenges of participatory culture: media education for the 21th century*, Ed Mac Arthur foundation, Illinois.

Joanguete, C. (2009) “Estudo de distribuição de jornais”, trabalho de consultoria encomendado pelo GABINFO, Maputo

Joanguete, C. (2011), “Afrocomplementarismo no ciberespaço africano”, in *Anuário Internacional de Comunicação Lusófona*, Ed. Grácio Editor, pp.143-155, Braga

K

Karlsson, M. & Stromback, J. (2010), Freezing the flow of online news, [on line] http://sylvestre.ut.ee/ajakirjandus/nro_marju/NRO_artiklid/FreezingFlowOnlineJournalism_KarlssonSromback_2010.pdf, consultado no dia 20/02/2013.

Kassé, M. & Senghor, D. (2001) Pluralisme médiatique en afrique l'Ouest: 10 année pour tout changer, In *Les Cahiers du journalisme*, n°9, Autome, pp.60-77.

Kautsky, R & Widholm, A. (2008) “Online Methodology: Analysing News Flows of Online Journalism”, In *Communication and Culture*, Vol. 5(2), pp. 81-97.

Kawamoto, K. (2003): *Digital Journalism. Emerging Media and the Changing Horizons of Journalism*, Rowman & Littlefield Publishers, Maryland.

Keane, J. (2002) *A democracia e os Media*, Ed. Temas e debates-Actividades editoriais, Lisboa.

Kerckhove, D. (1997) *A pele da cultura*, Relógio D'Água Editores, Lisboa

King, S. (2010) “The Carnegie-Knight Initiative on the Future of Journalism Education: improving how journalists are educated & how their audiences are informed”, In *American Academy of Arts & Sciences*, pp. 126-137, USA.

Kiyindou, A. (2008) “Accessibilité de l’information en Afrique”, In *Revue africaine des médias*, Volume 16, numéro 1, 2008, Addis Abebba, pp. 73 – 90

Knight, D. (2007) “Who Is A Journalist?”. In *Proceedings 16th AMIC Annual Conference / 1st WJEC Media, Education and Development: The Quest for New Paradigms*, Singapore.

Kohlbacher, F. (2006) *the use of qualitative content analysis in case study research*, [on line] <http://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/view/75/153>, consultado no dia 23/05/2013

Kovach, B & Rosenstiel, T. (2003), *Los elementos del periodismo*, Ediciones El pais, Madrid.

Kremic, T. (2006) “Outsourcing decision support: a survey of benefits, risks, and decision factors”, In *Supply Chain*, Ohio, Vol. 11, nº 6, pp. 467-482 [on line] <http://ankara.lti.cs.cmu.edu/11780/sites/default/files/Outsourcing-Survey.pdf>, consultado no dia 02/012/12.

Kukanda, V. (2000) Diversidade Linguística em África, In *Africana Studia*, nº3, Porto. Pp101-117 [on line] http://www.africanos.eu/ceaup/uploads/AS03_101.pdf, consultado no dia 22/03/2013

Kupe, T. (2003) Broadcasting policy and practice in Africa, [on line] <http://www.article19.org/data/files/pdfs/publications/africa-broadcasting-policy.pdf>, consultado no dia 23/02/2013.

L

Lacoba, M (2005), “Nuevos tiempos para la documentación informativa en el periodismo digital: viejas e nuevas del servicio del documentación digital”, in *Comunicación y Sociedad*, Vol. XVIII, nº 1, pp. 153-168

Lancha, F. (2011) “As tecnologias móveis no contexto da aprendizagem formal”, in Sara Pereira (org), *Literacia, Media e Cidadania*, Braga, pp. 559-612

Larequi, J. (2005) “Tecnología, diseño periodístico y ediciones digitales en Internet: A la búsqueda de nuevas propuestas visuales para un nuevo medio” in *Las tecnologías periodísticas: desde ayer al mañana*, Ed. Sociedad Española de Periodista, Sevilla, pp. 109-129.

Larequi, J. et Al. (2000), *Diarios Digitales, Apuntes sobre un Nuevo Medio* Ed. Universidad del país Vasco, Bilbao;

Lei da Imprensa nº 18/91, de 10 de Agosto de 1991 [online] http://www.portaldogoverno.gov.mz/Legisla/legisSectores/imprensa/lei_de_imprensa.pdf, consultado no dia 18/12/10.

Leite, J. (2008) *A ubiquidade da informação digital no espaço urbano*, In Logos, Vol.15, nº2, pp.104-116. [online] <http://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/logos/article/view/424/519>, consultado no dia 09/05/2013

Lenoble-Bart, A. & Tudesq, A (2008), *Connaître les médias d’Afrique subsaharienne: Problématiques, sources et ressources*, [on line] <http://pl02.donau-uni.ac.at/jspui/bitstream/10002/581/1/Francis%20Fogue%20Kuate,%20Compte%20rendu%20de%20lecture,%20African%20Humanities.pdf>, consultado no dia 21/07/2012.

Lemos, G. (2009) “Infraestruturas para cultura digital” in *Cultura digital.br*. Azougue editorial, Rio de Janeiro, pp.124-133.

Lessin, J. & Spencer, E. (2013) *App para dispositivos móveis, um negócio de US\$ 25 Bilhões*, [online] [http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/_ed737_apps_para_dispositivos_moveis_um_negocio_de_us\\$_25_bilhoes](http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/_ed737_apps_para_dispositivos_moveis_um_negocio_de_us$_25_bilhoes), consultado no dia 10/05/201

Levingston, S. (2011) *A Evolução dos Sistemas de Informação em África: Um Caminho para a Segurança e a Estabilidade*, Ed. Centro de Estudos Estratégicos de África, Washington, [on line] http://africacenter.org/wp-content/uploads/2011/09/ARP_2_POR.pdf, consultado no dia 30/01/2012

Lexander, K. (2010) “Le wolof et la communication personnelle médiatisée par Internet à Dakar” in GLOTTOPOL *Revue de sociolinguistique en ligne* nº 14 – janvier pp.89-103

Lindemann, V. (2007) “Webjornalismo participativo: repensando algumas questões técnicas e teóricas”, In *Revista Famecos*, nº 34, Porto Alegre, [on line] <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/viewFile/3457/2719>, consultado no dia 20/06/2011.

Lister M. et al. (2010) *New Media, A critical introduction Second Edition*, Ed. Routledge, London.

Lopez, D. (2010) *Radiojornalismo hipermediático: tendências e perspectivas do jornalismo de rádio all news brasileiro em um contexto de convergência tecnológica*, Ed. Livros LabCom, Covilhã.

Lopéz, M. (2005) “Incorporación de nuevos estamentos profesionales en la toma de decisiones periodísticas com la incorporación de las Nuevas Tecnologías”, in *Las tecnologías periodísticas: desde ayer al mañana*, Ed. Sociedad Española de Periodista, Sevilla, pp. 313-329.

Lopéz, X. et al. (2003):Arquitectura y organización de la información, in *Manual de redacción Ciberperiodístico*, Ed. Ariel, Barcelona, pp.195-230

Luiz, L. & Assis, P. (2010), “O podcast no Brasil e no Mundo: um caminho para a distribuição de mídias digitais”, texto apresentado XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Caxias do Sul, RS – 2 a 6 de Setembro de 2010

M

Mabweazara, H. (2011) “New’ technologies and journalism practice in Africa: Towards a criticalsociological approach” [on line] <http://researchrepository.napier.ac.uk/2756/>. Consultado no dia 24/03/2013.

Mabweazara, H. (2010), *New Technologies and Print Journalism Practice in Zimbabwe: An Ethnographic Study*, [on line] <http://researchrepository.napier.ac.uk/5884/1/Mabweazara.pdf>, consultado no dia 20/02/2013

Mabunda, L (2010) National Overview: Mozambique in *So this is democracy? State of freedom in Souther*, Ed. The Media Institute of Southern Africa, Windhoek, pp. 74-81

Machado, A. (2011) o funcionamento do jornal Notícias, entrevistado no dia 20/05/2011)

Machado, E. & Palácios, M. (2006), La experiencia de la FACOM-UFBA (1995-2005) en la enseñanza del periodismo digital”, in *Revista ZER* nº 20, pp. 87-103, [on line] http://www.ehu.es/zer/zer20/Zer20_9_machado.pdf, consultado no dia 11/06/11

Machado, E. (2007), “O ensino do jornalismo em tempos do ciberespaço”, In *O ensino de jornalismo em redes de alta velocidade*, Ed. EDUFBA, pp.11-22

Machado, E. & Palacios, M. (2007) “O ensino de jornalismo em redes de alta velocidade”, Ed. EDUFBA, Bahia.

Machado, E. (2009), *Os desafios da produção descentralizada*, [on line] <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/os-desafios-da-producao-descentralizada>, consultado no dia 02/11/10

Machado. E. (2010) “Metodologias de pesquisa em jornalismo”, In *Brazilian Journalism Research*, Vol.6, nº1, pp. 10-28.

Madden, M. (2007) *Online Video*, [on line] <http://www.pewinternet.org/Reports/2007/Online-Video.aspx>, consultado no dia 20/04/2013.

Magaia, A.(1994): *Informação em Moçambique*, a força da palavra, Publicações Notícias, Maputo

Manji, F. (2008) “Alterative media for social change in Africa: miths and realities”, [on line] http://www.informationforchange.org/presentations/ctbf_firoze.pdf, consultado no dia 01/08/11

Mannarino, M. (2000), *O papel do webjornal*, Ed. Edipucrs, Porto Alegre

Marcet et al, (2007), “Elementos definitorios del periodismo digital”, in *Revista Estudio sobre el Mensaje Periodistico*, pp. 317-336 [on line] <http://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/ESMP0707110317A/12129>, consultado no dia 02/05/2011

Marinho, S. (2011). Formação em Jornalismo numa sociedade em mudança- modelos, percepções e práticas na análise do caso português [on line] <http://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/19819> consultado no dia 20/02/2013

Marinho, S. (2006) *Reflexão sobre a necessidade de um novo paradigma para o ensino do Jornalismo: o caso da Universidade de Columbia* [on line] http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/6102/1/MarinhoS_universidadcolumbia_06.pdf, consultado no dia 20/05/2011m

Marcos, J. (2003), “El periodismo ante la tecnologia hipertextual”, In *Manual de redacción ciberperiodístico*, Ed. Ariel, Barcelona, pp.231-259

Mário, T. (2012), *Guia de Reforma das Políticas e Legislação da Comunicação Social em Moçambique*, Ed. Frieddrich Ebert Stiftung, Maputo.

Mário, T. (2009), *Direito à Informação e Jornalismo em Moçambique. Estudos e comunicações*. Ndjira, Maputo;

Martinez, S. (s/d), “Nota de investigación: La interactividad en los diarios digitales españoles (2006-2008) ”, in *Revista Doxa.comunicación*, nº 7 pp.157-164 [On-line] <http://www.humanidades.uspceu.es/pdf/Notainvest1Lainteractividad.pdf>, consultado no dia 30/06/11

Martinez, J. Alonso, J. (2003): “Medios Interactivos: caracterización y contenidos”, in *Manual de redacción Ciberperiodístico*, Ed. Ariel, Barcelona, pp. 261-305

Martinez, *et al* (2002) Gestão de conteúdos em um centro de documentação de imprensa, artigo apresentado em Havana no Congresso Info2002, 22 a 23 Abril de 2002

Masip, P. et al. (2011) Ferramentas para análise de multimedialidade em cibermeios, In ed. Marcos Palacios, *Ferramentas para análise de qualidade no ciberjornalismo*, Vol. 1, Labcom books, Covilhã, pp. 81-129 [on line] http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20111202-201110_marcos_palacios.pdf, consultado no dia 01/12/2011

Mattelart, M. & Mattelart, A. (2002): *História da sociedade da informação*. Ed. Loyola, São Paulo.

Mattelart, A (2000), *História da utopia planetária*, da cidade profética à sociedade global Ed. Bizâncio, Lisboa

Mattelart, M. & Mattelart, A. (1997), *História das teorias da comunicação*, 1ª Edição, Ed. Campo das Letras, Porto;

Matthews, J. (2009) How media convergence is transforming newsmaking, in *Doing Digital Media in Africa*, Ed. Konrad-Adenauer Stiftung, South Africa pp.86-89

Mattos, S. (2009), A televisão digital, a convergência, a produção e distribuição de conteúdos para celulares e receptores móveis, In *Revista do Centro de Artes, Humanidades e Letras* Vol. 3 Nº 2, pp. 102-112

Mayfield, A. (2008), *What is Social Media?* Ed. Icrossing, UK.

McAthy, R. (2013) Community engagement pointers for journalists, [on line] <http://www.journalism.co.uk/news/-ijf13-seven-community-engagement-pointers-for-journalists/s2/a552792/>, consultado no dia 23/05/2013

McQuail, D. (2003) *Teorias da Comunicação de Massas*, Ed. Fundação Calouste Gulbenkian, Lisboa;

McQuail, D. & Windahil, S. (1993), *Modelos de Comunicação para o estudo da comunicação de massas*, Editorial Notícias, Lisboa,

McQuail, D. (1992): *La acción de los medios: los medios de comunicación y el interés público*. -- Buenos Aires: Amorrortu;

Mcluhan, M. (1964): *Os meios de comunicação como extensões do homem*, Ed. Cultrix, São Paulo;

MCT, (2009), *Indicadores de Ciência e Tecnologia de Moçambique*, Ministério de Ciência e Tecnologia de Moçambique, Maputo

MCT, 2007, *Compilação legislativa sobre ciência e tecnologia de Moçambique*, Vol.1, Ed. Ministério da Ciência e Tecnologia de Moçambique, Maputo

MCT, (2003): *Política de Ciência e Tecnologia*, Ministério de Ciência e Tecnologia, Maputo, [on line]

http://www.mct.gov.mz/pls/portal/docs/PAGE/PORTALCIENCIATECNOLOGIA/PUBLICACOES/POLITC_T_0.PDF, consultado no dia 08/04/2010

Meso, K. *et al.* (2011) Ferramenta para análise de interactividade em cibermeio, In ed. Marcos Palacios, *Ferramentas para análise de qualidade no ciberjornalismo*, Vol. 1, Labcom books, Covilhã, pp. 51-80 [on line] http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20111202-201110_marcos_palacios.pdf, consultado no dia 01/12/2011

Meyer, P. (2007), *Os jornais podem desaparecer?* Ed. Contexto, São Paulo,

Meso, K. *et al.* (2011) Ferramenta para análise de interactividade em cibermeio, In. Marcos Palacios (org), *Ferramentas para análise de qualidade no ciberjornalismo*, Vol. 1, Labcom books, Covilhã, pp. 51-80 [on line] http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20111202-201110_marcos_palacios.pdf, consultado no dia 01/12/2011.

Mitchelstein, E. & Boczkowski, P. (2009) *Between tradition and change: A review of recent research on online news production*, [on line] <http://jclass.umd.edu/classes/jour698m/bock.pdf>, consultado no dia 23/04/2013

MISA-Moçambique (2010) *Panorama Pluralístico dos Media em Moçambique: Estudo Baseado nos Indicadores de Desenvolvimento dos Media da UNESCO*, Maputo

Moherdau, L. (2008) “Em busca de um modelo de composição para os jornais digitais”. In: *Anais do II Simpósio Nacional da ABCiber* (Associação Brasileira de Pesquisadores em Ciberultura). São Paulo - SP, 2008 pp.1-12

Moherdau, L. (2009), A composição da página noticiosa nos jornais digitais: o estado da questão, [online] <http://revistaseletronicas.pucrs.br/famecos/ojs/index.php/famecos/article/viewFile/5912/4279>, consultado no dia 19/12/10

Moherdau, L. (2008) “Em busca de um modelo de composição para os jornais digitais”. In: *Anais do II Simpósio Nacional da ABCiber*, S.Paulo.

Moran, K. (2012) 3 razones para colaborar en blogs, al margen del medio [on line] <http://www.clasesdeperiodismo.com/2012/05/02/3-razones-para-colaborar-en-blogs-al-margen-del-medio/>, consultado no dia 03/05/2012

Mosco, V. (2005), *The digital sublime*, Ed. The MIT Press, Cambridge

Mpofu, S. (2011), African media and the digital public sphere, In *Ecquid Novi: African Journalism Studies*, Vol. 32, nº1, pp.104-106

Muños, D. (2006), Internet, Periodismo y Glocaización, el caso de Madridpress.com, in *Análise y propuesta en torno al periodismo digital*, Ed. Asociación de la prensa de Aragón, Aragón

Muñoz, D. & Bartolomé, E. (2008), “Telefonia móvil y comunicación: retos para la en el siglo XXI, In *Internet como sinonimo de convergencia mediática y tecnológica* pp.11-22.

Musa, M. (2009) “Looking backward, looking forward: African media studies and the question of power”, In *Journal of African Media Studies* Vol, 1, Nº 1 pp.35-54.

Muwanga, G. (s/d), High Cost Of internet Connectivity In Africa: How Do We Achieve MobileTelephony Success Story? [online], http://wikieducator.org/images/f/f3/PID_289.pdf, consultado no dia 02/07/11

N

Namburete, E. (2003) “ Comunicação social em Moçambique: da independência à liberdade” in *Anuário da Comunicação Lusófona*, pp. 25-38.

Negroponte, N. (1995): *El mundo digital*. Ediciones B, Barcelona.

Nel, F. (2012), “The Changing Business of Journalism and Its Implications for Democracy”, In *Journalism Studies*, Vol. 13, nº3, pp. 477-478 [on line] <http://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/1461670X.2012.662412>, consultado no dia 06/05/2013

Nguga, A. (2011) Línguas moçambicanas e o direito a informação, texto apresentado na Conferência.

Noci, D. & Salaverria, R. (Eds.) (2003): *Manual de redacción ciberperiodística*, Ed. Ariel Comunicación, Barcelona.

Noci, J. (1994) *El Nuevo Periódico Electrónico: Redefinición de Mensaje Periodístico tradicional como Producto interactivo y Multimedia* [On-line] <http://www.ehu.es/diaz-noci/Conf/C2.pdf>, consultado no dia 3/05/10;

Noci, J & Ayerdi, K. (1999), *Periodismo en Internet*, Servicio editorial del universidad del País Vasco, Espanha

Noci, J (2008), “Historiografia de los médios de comunicación en Internet: algunos apuntes metodológicos. Revision de la bibliografía en Brasil y Espanha”, artigo apresentado no VI Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo na Universidade metodista de São Paulo, Dezembro de 2008

Noci *et al* (2009) Content and message analysis of online journalism: some methodological proposals, In *Tripodos*, pp. 647-656

Noci, J. (2011) Ferramenta para a catalogação de cibermeio, In Marcos palacios *Ferramentas para análise de qualidade no ciberjornalismo*, Vol. 1, Labcom books, Covilhã, pp. 5-19 [on line] http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20111202-201110_marcos_palacios.pdf, consultado no dia 01/12/2011

Nolan, K. (2003) *Planear a arquitectura de informações de um Web site*, [on line] <http://office.microsoft.com/pt-pt/frontpage-help/planear-a-arquitectura-de-informacoes-de-um-web-site-HA001167122.aspx>, consultado no dia 21/11/11

Nora, D. (1995) *Os conquistadores do ciberespaço*, Ed. Terramar, Lisboa

Novaes, A. (2010) “ Construindo uma rede social especializada”, In # *Medias Sociais: perspectivas, tendências e reflexões*, Ed.PapercliQ & Danila Dourado, S. Paulo, pp.22-27

Nyamnjoh, F. (2003) Media pluralismo and diversity: A critical review of competing models, [on line] <http://www.article19.org/data/files/pdfs/publications/africa-broadcasting-policy.pdf>, consultado no dia 20/03/2013.

Nyamnjoh, F. (2005), *Africa's Media: Democracy and the Politics of Belonging*, [on line], <http://www.h-net.org/reviews/showrev.php?id=11845>, consultado no dia 23/02/2013

Nwuso, P. (2005), “Revisiting Communication and Change Processes in Africa”, In *Africa Media Review*, Volume 13, Number 1, 2005, Addis Bebbba, pp. v – viii

O

Obijiofor, L. (2008), “Africa's Socioeconomic Development in the Age of New Technologies: Exploring Issues in the Debate” in *Africa Media Review*, Volume 16, nº 2, 2008, pp. 1-9

Observatório de la Ilustración Gráfica (2008), *Los Retos de la Era digital*, Ed. Federación de Asociaciones de Ilustradores Profesionales, Madrid.

Observatório da África (2012) “ Entre personalismos e votos: as dificuldades democráticas na África” [on line] <http://observatoriodafrica.wordpress.com/2012/08/>, consultado no dia 05/03/13.

-Objectivos de Desenvolvimento do Milénio, [online] http://www.ipad.mne.gov.pt/index2.php?option=com_content&do_pdf=1&id=221, consultado no dia 16/05/10

Omojola, O. (2009), English-oriented ICTs and etnnic language survival strategies in Africa, in *Global media Journal*, African edition, Vol.3 (1), pp. 33-45

Open Society, (2010), *Rádiodifusão pública em África*, [on line] <http://www.afrimap.org/english/images/report/Moz%20Broadcasting%20Survey%20Porto%20Web.pdf>. Consultado no dia 05/10/11

OCDE, *Tecnologias de Informação e Comunicação Perspectivas da Tecnologia de Informação da OCDE 2008*,

Osborn, D (2006) African Languages and Information and Communication Technologies: Literacy, Access, and the Future, in *Selected Proceedings of the 35th Annual Conference on African Linguistics*, Somerville, pp.86-93 [online] <http://www.lingref.com/cpp/acal/35/paper1299.pdf>, Consultado no dia 01/08/11

Otieno, C. (2009) Mobile media for Africa, in *Doing digital media in África*, Ed. Konrad-Adenauer-Stiftung, South Africa, pp.15-23

Okolo, M (2005) “Reassessing the Impact of Colonial Languages on the African Identity for African Development”, In *Africa Media Review*, Vol. 13, Nº 2, pp. 85 – 103.

Ouane, A & Glanz, C. (2010) *Why and how Africa should invest in African languages and multilingual education*, [on line]
<http://unesdoc.unesco.org/images/0018/001886/188642e.pdf>, consultado no dia 20/04/2013

Ouane, A & Glanz, C. (2011) *Optimising Learning, Education and Publishing in Africa: The Language Factor*, [on line]
<http://unesdoc.unesco.org/images/0021/002126/212602e.pdf>, consultado no dia 20/04/2013

Outing, S. (2005), *The 11 layers of citizen journalism*, [on line]
http://www.poynter.org/content/content_view.asp?id=83126, Consultado no dia 04/10/10

P

Pacheco, L. (2011) “Wikileaks e Internet: O que poderá mudar no jornalismo a partir daqui”, In *Estudos em Comunicação*, nº 9, pp. 31-43

Padilha, S. (2008).” A cibercultura manifesta na prática do webjornalismo, In *Comunicação & Sociedade*, nº. 50, S. Paulo, pp. 103-120

Palacios, M & Machado, E. (1997), *Manual de Jornalismo na Internet*, [online]
www.facom.ufba.br/jol/pdf/manual/introducao.pdf, consultado no dia 22/01/10

Palacios, M. (2003) Ruptura, continuidade e potencialização no jornalismo on line: o lugar da memória [online]
http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2003_palacios_olugardamemoria.pdf, consultado no dia 25/10/2010

Palacios, M. & Munhoz, P. (2003) *Os usos da fotografia no jornalismo on line: primeiros lineamentos para o estudo da situação*, texto apresentado no I Encontro Nacional de Pesquisadores de Jornalismo, 28 a 29 Novembro 2003, Brasília [on line] www.sbpjor.kamotini.kinghost.net/sbpjor/admjor/arquivos/t043.doc, consultado no dia 25/11/11

Palacios, M. (2004), Jornalismo on line, informação e memória: apontamentos para debate, in Revista *PJ: BR*, nº 4, [on line]
http://www.eca.usp.br/pjbr/arquivos/artigos4_f.htm, consultado no dia 02/11/11

Palacios, M & Machado, E. (2007), “ Competências digitais dos profissionais de comunicação: Confrontando demandas do mercado e experiências pedagógicas, In *O ensino de jornalismo em redes de alta velocidade*, Ed. EDUFBA, pp. 61-83

Palacios, M. (2010) Convergência e memória:jornalismo, contexto e história, in Revista *Matrizes*, Vol. 4, nº 1, pp. 37-50 [online]

<http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=143016764002>, consultado no dia 24/06/11

Palacios, M. & Noci, J. (2007) “Ciberperiodismo: métodos de investigación, una aproximación multidisciplinar en perspectiva comparada” [online], <http://www.centroperiodismodigital.org/sitio/sites/default/files/ciberperiodismo.pdf>, consultado no dia 12/01/11

Palacios, M. & Ribas, B. (2007), *Manual de laboratório de jornalismo na internet*, Ed. UFBA, Bahia

Palacios, M. & Ribas, B. (2008) Manual de Laboratório de Jornalismo na Internet, In *Brazilian Journalism Research*, Vol.4, nº1 pp.178-181.

Palácios, M. (2008) “A memória como critério de aferição de qualidade no ciberjornalismo: alguns apontamento” in *Revista FAMECOS*, nº37 Porto Alegre pp.91-100

Palacios, M. & Ribas, B. (2011) Ferramenta para análise de memória em cibermeio, In Marcos Palacios (org) *Ferramentas para análise de qualidade no ciberjornalismo*, Vol. 1, Labcom books, Covilhã, pp. 183-205 [on line] http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20111202-201110_marcos_palacios.pdf, consultado no dia 01/12/2011

Palacios, M (s/d) Jornalismo on line, informação e memória: apontamentos para debate [online] http://www.eca.usp.br/pjbr/arquivos/artigos4_f.htm, consultado no dia 24/06/11

Palomo, B. et al. (2011) Ferramenta para análise de design em cibermeios, In ed. Marcos Palacios, *Ferramentas para análise de qualidade no ciberjornalismo*, Vol. 1, Labcom books, Covilhã, pp.131-165 [on line] http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20111202-201110_marcos_palacios.pdf, consultado no dia 01/12/2011

Pasch, H. (2005), “New Roles for African Languages with the New Electronic Media”, In *Africa's Great Rift: Diversity and Unity*, Brussels, pp.215-225 [on line] http://kups.ub.uni-koeln.de/3179/1/GreatRift_15Pasch.pdf, consultado no dia 12/01/2013

Patrão, C & Figueiredo, D. (2011), “Democracia, Auto capacitação e redes sociais na formação de jornalistas”, in Sara Pereira (org) *Literacia, Media e Cidadania*, Braga, pp. 335-447

Patterson, T. (2002) “Os media como actores políticos”, in Media, *Jornalismo e democracia*, Ed. Livros horizonte, Lisboa, pp.32-43

Paterson, C.(2006) News Agency Dominance in International News on the Internet, [online] <http://www.freerepublic.com/focus/f-news/2113151/posts>, consultado no dia 20/12/12.

Paterson, C. (2007) “International news on the internet: Why more is less”, [online] http://www.communicationethics.net/journal/v4n1-2/v4n1-2_12.pdf, consultado no dia 20/02/12.

Pavlik, J. (2000), “The Impact of Technology on Journalism”, In *Journalism Studies*, Vol 1, nº 2, pp. 229 – 237.

Pavlik, J. (2001): *Journalism and New Media*, Columbia University Press, New York;

PEA, Perspectiva Económica na África, (2010) “Os serviços e Infra-estruturas tecnológicas em África”, [online] <http://www.africaneconomicoutlook.org/po/in-depth/innovation-and-ict-in-africa-2009/technology-infrastructure-and-services-in-africa/>, consultado no dia 10/08/10.

PEA, Perspectiva Económica na África, (2011) Inovação e TIC em África, <http://www.africaneconomicoutlook.org/po/in-depth/innovation-and-ict-in-africa-2009/>

Consultado no dia 23/06/11.

Pépin, H. (2006) Crise du journalisme et del, espace public en afrique: quelles alternatives pour un developpement dun future africain, In *Revue africaine des médias*, volume 13, numéro 2, pp. 104 – 122.

Pereira, F & Jorge, T, (2009) *Jornalismo On-line no Brasil: Reflexões em direcção ao perfil de um profissional multimidia*, texto apresentado no XXXII Congresso brasileiro de Ciências de Comunicação em Curitiba, 4 a 7 de Setembro de 2009.

Pereira, X. et al. () Cibermedios, arquitectura y organización de la información: los sistemas de gestión de contenidos, in *Sociedade, desarrollo y movilidad en la comunicación*, Ed. Universidad autónom de Tamaulipas, México pp.406- 412

Perret, T. (2001), Le journaliste africain face à son statut, in *Les Cahiers du journalisme* n° 9 – Automne, pp. 159-164.

Petersen, A. (2006), “Internet and Cross Media Productions: Case Studies in Two Major Danish Media Organizations”, In *Australian Journal of Emerging Technologies and Society* Vol. 4, Nº. 2, pp: 94-107.

Pettingill, L. (2006) “Probing Trust on the Internet: A Comparison of Liberals and Conservatives” in *Project Report Series*, Nº 45, USA, pp. 1-23.

Pinto, M. (2000), Fontes jornalísticas: contributos para o mapeamento do campo, In *Comunicação e Sociedade* 2, Cadernos do Noroeste, Série Comunicação, Vol. 14 (1-2) pp. 277-294

Pinto, M. (2004), “ Ventos cruzados sobre o campo jornalístico. Percepções de profissionais sobre as mudanças em Curoso”. In Actas do II Encontro Ibérico de Ciências da Comunicação realizado na Universidade da Beira Interior em 23 e 24 de Abril, [online] http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/1210/1/manuelpinto_IIIb%25C3%25A9rico_2004.pdf, consultado no dia 08/05/2010.

Plano de Acção de Genebra, (2003), WSIS-03/GENEVA/DOC/0005, [online] http://www.itu.int/ws/ documents/doc_multi.asp?lang=es&id=1160, consultado no dia 14/09/2010.

Ponso, L. (2011), “Políticas linguísticas atuais em Angola e Moçambique: o modelo monolinguista do estado nacional europeu X modelo plurilígue nas nações africanas”, [on line] http://www.xiconlab.eventos.dype.com.br/resources/anais/3/1308365407_ARQUIVO_PoliticaslinguisticasatuaisemAngolaemMocambique.pdf, consultado no dia 05/04/13.

Poynter Institute (2010) *Conjunto de guías éticas para hacer periodismo en la Web*, [on line], <http://books.openlibra.com/pdf/Conjunto-de-guias-eticas-para-hacer-periodismo-en-la-web.pdf>, consultado no dia 24/03/2010

Poster, M. (2000), *A segunda era dos media*, Ed. Celta, Lisboa.

Potter, D. (2006) *Manual de Periodismo independiente*, Ed.Oficina de programa de información internacional, EUA

Potter, J. (1996), *An Analysis of Thinking and Research about Qualitative Methods*, [on-line], <http://www.questia.com/PM.qst?a=o&d=13603202>, consultado no dia 22/06/11.

Powell, M. (2005), *The digital migration: Toward a new telecom act*, In *The Digital Broadband Migration: Rewriting the Telecom Act*” held at the University of Colorado School of Law on February on February 14, 2005.

Power, R. (2012) *Mozambique: Media and Telecoms Landscape Guide* [on line] http://www.infoasaid.org/sites/infoasaid.org/files/mozambique_media_guide_-_final_050712_3.pdf, consultado no dia 28/01/2013.

Prensky, M. (2001), “Nativos Digitais, Imigrantes Digitais” [on-line] http://api.ning.com/files/EbPsZU1BsEN0i*42tYnd650YRCrtLi8XBkX3j8*2s_/Texto_1_Nativos_Digitais_Imigrantes_Digitais.pdf, consultado no dia 03/05/10.

Prensky, M. (2001): “Digital natives, digital immigrants” in *the Horizon* NCB University Press, Vol. 9 Nº. 5, USA.

Primo, A. & Trasel, M. (2006), “Webjornalismo participativo e a produção aberta de notícias” in *Contracampo* (UFF) Vol. 14, pp. 37-56 [on line] <http://www6.ufrgs.br/limc/PDFs/webjornal.pdf>, consultado no dia 07/11/10.

Pujol, M. (1997), *La informacìon en Internet*, Ed. CIMS 97SM, Barcelona.

Q

Quadros, C. (2002), “Uma breve visão histórica do jornalismo on line”, Trabalho apresentado no NP02 – Núcleo de Pesquisa Jornalismo, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04 e 05. Setembro 2002.

Quadros, C. (2005) “A participação do público no webjornalismo”, In *Compos, Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação*, Florianópolis, pp. 1-17 [on line] <http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewFile/56/56>, consultado no dia 02/02/11.

Quadros, C. (2006), Dez anos depois do *boom* dos diários digitais, in *Revista FAMECOS*, nº 31, Dezembro, Porto Alegre, pp.65-69.

Quadros, C. & Júnior, I. (2009) *Tendências de design no webjornalismo*, [on line] <http://conferencias.ulusofona.pt/index.php/lusocom/8lusocom09/paper/viewFile/418/414>, consultado no dia 12/04/2013.

Quarry, W. & Ramirez, R. (2009) *Communication for another development*, Zed books, UK.

R

Raboy, M. (s/d) “Midia e democratização na sociedade de informação”, In *Direito à comunicação na sociedade de informação*, S. Paulo, pp.181-201.

Raboy, M. & Solervincens, M. (2006), Desafios de palavras: Enfoques multiculturais sobre as sociedades de informação, [on line] <http://vecam.org/article684.html>, consultado no dia 21/04/2011.

Rachidi, N. (2005), Les Langues Indigènes dans le processus de développement en Afrique, in *Revue Africaine des Media*, Vol.13 nº 2, pp 16-35.

Rada, R. (1995) *Interactive media*, Ed. Springer-Verlang, New York .

Rahman, A. (1991), Communication technology in Africa: dependency or Self-reliance? In *Africa media review*, Vol. 5, Nº3, pp. 11-18.

Rao, M. (2011), *Mobile Africa Report 2011: Regional Hubs of Excellence and Innovation*, Ed. Extensia.

Recuero, R. (2008) Estratégia de personalização e sites de redes sociais: um estudo de caso da apropriação de fotolog.com, In *Comunicação, Media e Consumo*, nº 12, Vol. 5 pp. 35-58, S. Paulo [on line] <http://revistacmc.espm.br/index.php/revistacmc/article/viewFile/18/8>, consultado no dia 28/11/11.

Reddick, R. & King, E. (2001), *Online Journ@list*, Há court college Publishers, EUA

Reinard, J. (2008), *Introduction to communication Research*, Mc Graw-Hill, New York.

Reis, C. (2010) *Políticas linguísticas para o ciberespaço*, [on line] <http://anais2010.cielli.com.br/downloads/432.pdf>, consultado no dia 23/01/13.

Relatório Final sobre as Eleições presidenciais, Legislativas e das Assembleias Provinciais, 2009, elaborado pela Missão de Observação Eleitoral da união Europeia.

Relatório mundial da UNESCO (2010) *Investir na diversidade cultural e no diálogo intercultural*, [on line] <http://unesdoc.unesco.org/images/0018/001847/184755por.pdf>, consultado no dia 20/11/12.

Rhodes, M. (2010) “43% of news sharing online is via social media (CNN research)” [on line] <http://www.freshnetworks.com/blog/2010/10/cnn-pownar-research-news-sharing-social-media/>, consultado no dia 12/03/12.

Ribas, B. (2004) Infografia multimidia: um modelo narrativo para webjornalismo, [on-line] http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2004_ribas_infografia_multimidia.pdf consultado no dia 22/02/11.

Ribeiro, J. (2005), “Antropologia Visual, práticas antigas e novas perspectivas de investigação, in *Revista de Antropologia*, Vol. 48, nº 2, S. Paulo, pp.613-648.

Ribeiro, A. (2009), “Notas sobre o conceito de “transposição” e suas implicações para os estudos de leitura de jornais on-line”, In *Revista em Questão*, Porto Alegre, Vol. 15, nº. 2, Julho/Dez, pp. 15-30.

Ribeiro, A (2006), Texto e leitura hipertextual: novos produtos, velhos processos, in *Revista Linguagem e Ensino*, Vol.9, nº 2, pp. 15-32.

Ribeiro, A. (2013) “ A Nova TV Corporativo” Ed. Combook, Florianópolis, Brasil, [on line] <http://iscom.com.br/combook/youtube/>. Consultado no dia 02/05/2013.

Ribeiro, J & Vivar, J (2011), “Tecnologias e jornalismo digital na cobertura da apuração nas eleições brasileiras de 2010”, [online] www.razonypalabra.org.mx, consultado no dia 20/06/11.

Ribeiro, M. (s/d) *Glossário de jornalismo*, Ed. Globo, Brasil.

Ristow, B. (2013) *The New Gatekeepers: Controlling Information in the Internet Age*, [on line] http://cima.ned.org/sites/default/files/final_2.pdf, consultado no dia 13/05/2013.

Rodrigues, R. (1998), *Organizações, Mudança e capacidade de gestão*, Ed. Principia, Lisboa.

Rodriguez, M. (2006) Como los medios de comunicación masiva influyen y/o cambian la cultura de una sociedad, in *La Era Digital*, Primero congreso internacional de comunicación Universidad Autónoma de Tamaulipas, 26-28 de Setembro de 2006, Mexico, pp. 374-384.

Ronning, H. (2007) “Lusophone Africa: 50 years of media” In *50 years of journalism: African Media since Gana`s independence*, pp.120-130 [on line] <http://www.highwayafrica.com/images/50years.pdf>, consultado no dia 20/03/2013.

Ronning, H. (2008), *The Media development situation in Mozambique. A study undertaken for UNESCO. Sector for Communication and Information*; Maputo.

Rosales, R. (2006) *The elements of online journalism*, Ed. iUniverse, Nova York.

Rosen, J. (2008) *The Weblog: An Extremely Democratic Form in Journalism* [on line] http://archive.pressthink.org/2004/03/08/weblog_demos.html, consultado no dia 22/11/11.

Rost, A. (2013). *Narrativas periodísticas en la Web: Exemplos y herramientas*. In Fernando Irigaray, Dardo Ceballos e Matias Manna, *Webperiodismo en un ecosistema líquido* pp. 47-56, Rosario: Laborde Libros Editor.

Rost, A. & Bergero, F. (2012), Periodismo en contexto de convergências, [on line] <http://pt.scribd.com/doc/135143969/Periodismo-en-contexto-de-convergencias>, consultado no dia 11/04/2013.

Rost, A. (2003), Una propuesta metodológica para estudiar el hipertexto en el periódico digital, in *Anàlisi*, nº 30, pp.169-183, Barcelona.

Rost, A. (2006) “La interactividad en el periódico digital” tese de doutoramento apresentada na faculdade de Ciências de comunicação da Universidade Autònoma de Barcelona.

Rushkoff, D. (1994) “Cyberia: life in the trenches of hyperspaces. San Francisco Harpes [on-line] <http://www.rushkoff.com/downloadables/cyberiabook/>, consultado no dia 20/12/10.

Ruotolo, A. (s/d) “Audiência e Recepção: perspectivas”, In *Comunicação e Sociedade*, nº30 pp. 149-163.

S

Salaverría, R. & Sancho, F. (s/d) Del papel a la Web.Evolución y claves y diseños periodístico en Internet, [on-line] http://dspace.unav.es/dspace/bitstream/10171/5074/1/Del_papel_a_la_web.pdf, consultado no dia 02/04/10.

Salaverria, R. (1999), De la pirâmide invertida al hipertexto. Hacia nuevos estándares de redacción para la prensa digital, in *NOVATICA*, nº 142, pp.12-15.

Salaverría, R. (2002), Retos pendientes en la formación de periodista para la era digital, in *profissionais para un futuro globalizado, actas del XVII congreso internacional de comunicación*, pp.387-397, Navarra.

Salaverría, R. Noci, J. (2003), *Manual de redacción ciberperiodística*, Ed. Ariel Barcelona.

Salaverria, R. & Avilés, J. (2008) La convergencia tecnológica en los medios de comunicación: retos para el periodismo, In *Trípodos*, Nº 23, pp. 31-47.

Salaverria, R. (2010), “Ciberperiodismo sin periodista? Diez ideas para la generación de los profesionales de los medios digitales”, In *Colección periodística*, Nº33, Ed Comunicación social, España.

Sandoval, M. (2003), “Géneros informativos: la noticia”, in *Manual de edacción ciberperiodística*, Ed. Ariel Comunicación, Barcelona, pp.425-494.

Sangonet, (2010) *Inclusão Digital em Moçambique: um desafio para todos*, relatório de Moçambique, CIUEM, Maputo.

Santana, E & Facco, E. (2006) *Identidade e Construção*, In *Cadernos de Pós-Graduação Letras*, Vol. 6, nº 1, pp.19-26 [on line] <http://www.mackenzie.com.br/1119.98.html>, consultado no dia 22/05/2013.

Santos, R. (2010) “Media Digitais e Responsabilidade Social”, In *Cidadania Digital*, estudos em comunicação, Covilhã, pp.59-67.

Schmidt, V. (2006) *A infografia jornalística na ciência e tecnologia*, [on line] <http://www.bocc.ubi.pt/pag/schmitt-valdenise-infografia-jornalistica.pdf>, consultado no dia 02/05/2010.

Schmidt, V *et al* (2008), “Jornalismo 2.0: a cultura da colaboração no jornalismo”, in *Compos, Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-graduação em Comunicação*, Vol. 11, nº 3, Set/Dez, Brasília, pp. 1-18.

Schmidt, S & Zanotti, C (2009), “ Jornalismo colaborativo: conceitos e implicações”, texto apresentado no XIV Encontro de iniciação científica da PUC- Campinas, 29-30 de Setembro 2009

Schwingel, C. (2005): “Jornalismo Digital e a Quarta Geração: a emergência de sistemas automatizados para o processo de produção industrial no Jornalismo Digital”, [on-line] http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/Schwingel_2005_Compos.pdf, consultado no dia 04/05/10.

Schwingel, C. (s/d.a) *A arquitetura de informação e o sistema de publicação*, [on-line] <http://br.monografias.com/trabalhos/arquitectura-informacion-sistema-publicacao/arquitectura-informacion-sistema-publicacao.shtml>, consultado no dia 22/07/11.

Schwingel, C. (s/d):*Publicações generalistas X Ciberjornalísticas: a livre publicação de conteúdos e o processo de produção ciberjornalístico*, [on-line] <http://cencib.org/simposioabciber/PDFs/CC/Carla%20Andrea%20Schwingel.pdf>, consultado no dia 17/07/11.

Schrøder, K & Steeg, B. (2010) “The shifting across-media news landscape”, In *Journalism Studies*, Vol. 11, Nº 4.

Schudson, M. (2007) “ O modelo americano de jornalismo: exceção ou exemplo?” In *Comunicação & Cultura*, Nº3, pp. 115-130.

Seixas, L. (2009), *Redefinindo os gêneros jornalísticos, proposta de novos critérios de classificação*, Ed. Livros do Labcom, Covilhã.

Seligman, L. & Furtado, M. (2011), “Interação online: o jornalismo que provoca a reação dos leitores na web” In *Estudos em Comunicação*, nº 9, pp. 391-409.

Senna, L. (2001), “O perfil do leitor contemporâneo”, [on-line] http://www.senna.pro.br/biblioteca/perfilleitor_new.pdf, consultado no dia 08/05/10.

Serra, J. (2007), *Manual de teorias de comunicação*, Estudos em Comunicação, Covilhã

Serrano, M. (2008) “Cambios en los recursos humanos de la empresa de comunicación ante las exigencias del periodismo en la red”, In *Internet como sinonimo de convergencia mediática y tecnológica*, pp.119-132.

Shaw, I. (2009) Towards an African journalism model: A critical historical perspective. [on line] <http://eprints.uwe.ac.uk/13131/>, consultado no dia 20/03/2013.

Silva, D. (2010) Política linguística na África: do passado colonial ao futuro global, [on line] http://www.africaeaficanidades.com.br/documentos/10082010_17.pdf, consultado no dia 27/08/2011.

Silva, E. & Menezes, E. (2001) *Metodologia de pesquisa e elaboração de dissertação*, 3ª edição, Florianópolis.

Silva, F. (s/d) “Jornalismo e tecnologias de mobilidade”, Artigo apresentado no II Simpósio Nacional de Pesquisadores em Cibercultura – ABCiber realizado entre os dias 10 e 13 de novembro na PUC-SP.

Silverstone, R. (1999), "Domesticating ICTs", in Dutton, W.H (Eds), *Society on the Line: Information Politics in the Digital Age*, Oxford University Press, Oxford.

Silverstone, R (Eds), *Communication by Design: The Politics of Information and Communication Technologies*, Oxford University Press, New York, NY.

Silvia, L. (2011) “Webjornalismo Colaborativo ou Culto ao Amador?” [on line] <http://www.bocc.uff.br/pag/silva-leticia-webjornalismo-colaborativo-ou-culto-ao-amador.pdf>, consultado no dia 14/11/11.

Singer, J. (2006) Stepping back from the gate: Online newspaper editors and co-production of content in campaign 2004, In *J&MC Quarterly Vol. 83, Nº 2*, pp.265-280.

Sissouma, S (2001), La presse africaine face au défi des nouvelles technologies, in *Les cahiers du Journalisme*, nº 9, Autome, pp.198-205.

Skjerdal, T. (2009) “Between journalism ‘universals’ and cultural particulars: challenges facing the development of a journalism programme in an East African context”, In *Journal of African Media Studies Vol.1 Nº 1*, pp.23-34 [on line]

<http://www.intellectbooks.co.uk/journals/view-Article.id=8107/>, consultado no dia 20/04/2013.

Smithson, M.(2013) *Britain's national daily newspapers - an industry in sharp decline. Circulations 2003-2013*, [on line] Britain's national daily newspapers - an industry in sharp decline. Circulations 2003-2013, [on line]. pic.twitter.com/2bFfZJZk7g, consultado no dia 19/04/2013.

Soares, M. (2009), *Repesentações, Jornalismo e a esfera pública democrática*, Ed. Cultura académica, São Paulo.

Social Bakers (2012) Mozambique Facebook Statistics, [on line] <http://www.socialbakers.com/facebook-statistics/mozambique>, consultado no dia 02/05/2012.

Soola, E (2009) “Media, Democracy and Misgovernance in Africa”, in *International Journal of African Studies* pp. 25-35 [on-line] <http://www.eurojournals.com/African.htm>, consultado no dia 29/07/11.

Sousa, J. (2003) *Elementos de teoria e pesquisa da comunicação e dos media*, Edições Universidade Fernando Pessoa, Porto.

Sousa, A. (2009) “Gêneros retóricos: da denegação filosófica à erosão mediática” in *Retórica e mediatização II*, série estudos em comunicação, Covilhã pp. 31-44.

Sousa, G. (2006) *Jornalismo on Line: guia teórico e prático* [online] http://webjornalismo.gelsonamaro.com/TCC_Gelson.pdf, consultado no dia 18/12/10.

Sousa, H. (2006) 'Information Technologies, Social Change and the Future, The Case of Online Journalism in Portugal', *European Journal of Communication*, 21 (3): 373-387.

Sousa, J. (s/d): Uma história do jornalismo em Portugal até ao 25 de Abril de 1974, [on-line] www.bocc.uff.br/.../sousa-jorge-pedro-uma-historia-do-jornalismo-1974.pdf, consultado no dia 07/04/2010.

Sousa, J. (2003), *Técnicas jornalísticas nos meios electrónicos*, Ed. Universidade Fernando Pessoa, Porto.

Sousa, J. et al (2010) *Pensamento Jornalístico Português: das origens a Abril de 1974*, Vol.1, série Estudos em Comunicação, Covilhã.

Sousa, L. (2008), O Jornalismo que a sociedade consome: um pensar histórico, in *Comunicação e Espaço Público*, Ano XI, nº 1 e 2, ”, [on-line] http://www.fac.unb.br/site/images/stories/Posgraduacao/Revista/Edicoes/2009/13_cristina.pdf, consultado no dia 27/06/11.

Sousa, M. (2010) *Narrativa hipertextual multimidia*, Ed. FACOS/ UFSM, Bahia.

Spa, M. (2001), “Los lectores”, in *Jornadas sobre Tendências en el periodismo*, Editorial Montecorvo, Madrid, pp.125-140.

Sparks, C. (2000), *The impact of the Internet on the existing media*. Center for Communication and Information Studies, University of Westminster.

Spitulnik, D (1993) *Antropology and mass Media*, [on line] http://www.media-anthropology.net/Spitulnik_MediaAnthro.pdf, consultado no dia 23/04/2013.

Steensen, S. (2009), “WHAT’S STOPPING THEM? Towards a grounded theory of innovation in online journalism”, In *Journalism Studies*, Vol. 10, Nº6, pp. 821-836.

Storch, L. (2009), O leitor como ausência constitutiva de sentido no jornalismo: a reorganização do discurso jornalístico no hipertexto digital in *Revista da Associação Nacional dos programas de pós-graduação em Comunicação, E-compos*, Vol.12, nº 2, pp.1-16.

T

Tárcia, L. & Marinho S. (2008), “Challenges and new ways of teaching journalism in times of media convergence” In *Brazilian journalism research*, Vol. 4, nº2, pp. 29-53.

Taylor, D. et al (2004), “Communication Studies in Africa: The Case for a Paradigm Shift for the 21st Century”, *Africa Media Review*, Volume 12, Nº 2, 2004, pp. 1-23.

Kupe, T. (2004) An agenda for researching African media and communication contexts, In *Ecquid Novi: African Journalism Studies*, Vol.25, nº2, pp. 353-356.

Technical Commission 9 – Relationship Between Computers and Society. Workshop at Makerere University, Uganda. 22-23 March 2010.

Tellaroli, T (s/d) Atualização de notícias em dois portais locais de informação de Campo Grande, MS., [on line], http://www.eca.usp.br/caligrama/n_6/10_TaisTellaroli.pdf, consultado no dia 23/05/2011.

Tellaroli, T (2007), *Gestão de Informação em Jornalismo on line: estudo do portal Campo Grande news*, tese de mestrado [on line], http://www.faac.unesp.br/posgraduacao/Pos_Comunicacao/pdfs/tais.pdf, consultado no dia 27/06/11.

Tettey, W. (2008) “Media Pluralism, Democratic Discourses and Political Accountability in Africa”, Harvard-World Bank, Workshop 29-31st May 2008.

Thurman, N. & Herbert J (s/d), “Newspapers e-business model: A survey of attitudes and practices at UK news websites” [on line], <http://online.journalism.utexas.edu/2007/papers/Thurman.pdf>, consultado no dia 27/07/11.

Thomaz, D. & Paschoarelli, L. (2010), “Características da interfaces dos sites de notícias: um estudo de design e da usabilidade de jornais impressos e electrónicos”, in *Revista Educação gráfica*, Nº 1, Vol. 14 [on line] http://www.faac.unesp.br/publicacoes/educacaoografica/Num%2014_1_Artigos%20Completo/03Danielle.pdf, consultado no dia 25/10/11.

Thurman, N. & Lupton, B. (2008) *Convergence calls multimédia storytelling British news websites*, [on line] <http://openaccess.city.ac.uk/120/2/Thurman%20Convergence%20Calls.pdf>, consultado no dia 20/03/2013.

Torres, M. (2004) *El periodismo on line*, Ed. Comunicación social, Sevilla.

Torres, E. & Américo, M (2003) “Características de la comunicación digital” in *Manual de redacción ciberperiodística*, Ed. Ariel Comunicación, Barcelona, pp. 49-79.

Torres, R (2007), Horizontes do webjornalismo, In *Estudos em Comunicação*, nº2, pp.315-332.

Touré, H. (2007) *Competitiveness and Information and Communication Technologies (ICTs) in Africa* [online] <http://www.itu.int/ITU-D/connect/africa/2007/bgdmaterial/chap1-5.html> consultado no dia 02/12/10.

Trench, B. & Quinn, G, (2003), “Online news and changing models of journalism, In *Irish Communication Review*, [Online] <http://doras.dcu.ie/3631/> Irish communications review”, consultado no dia 02/05/2010.

Tudesq, A. (s/d) *Les media en Afrique subsaharienne l'espoir et l'illusion*, [on line] <http://greriren.free.fr/article10.htm>, consultado no dia 30/04/2013.

Turmo, F. (2006) Internet como referencia mediática entre los juvenes, In *Análisis y propuestas en torno al periodismo digital*, Ed. Asociación de la prensa de Aragon.

Tuyll, D. (2010), “The pass is prologue”, In *Journalism Studies*, iFirst Article, pp.1-10.

U

Ugba, A. (2011) Media and technology in emerging African democracies, *Ecquid Novi: African Journalism Studies*, Vol. 32, nº3, pp.80-82.

UNESCO (1999) Panorama do pluralismo dos media, [on line] <http://unesdoc.unesco.org/images/0012/001227/122727porb.pdf>, consultado no dia 09/11/2009.

UNESCO (2010a) *Modelo curricular da Unesco para o ensino do jornalismo*, Ed. Unesco, Brasil [on line] <http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001512/151209POR.pdf>, consultado no dia 20/05/2010.

UNESCO (2010) *Indicadores de desenvolvimento da mídia: marco para avaliação do desenvolvimento dos meios de comunicação*, Ed. Unesco, Brasília.

UNESCO, (2002) *Declaração universal sobre a diversidade cultural*, [on line] <http://unesdoc.unesco.org/images/0012/001271/127160por.pdf>, consultado no dia 25/07/2011.

UNESCO, (2005), *Hacia las sociedades del conocimiento*, Ed. Unesco, Paris.

Uribe, E. (2006) “A rádio digital e o rádio em Internet: além das transformações tecnológicas” In UNI revista, Vol.1 nº3, pp.1-13.

V

Valvecchia, M & Wolf, B (2003) Regulación de contenidos en Internet, Tese de licenciatura defendida na Universidade de Buenos Aires, Faculdade de Ciencias Sociais.

Vânia, P. (2010) *Uma análise sobre os blogs: o caso dos blogs Moçambicanos*, Comunicação apresentada na Conferência Internacional sobre desenvolvimento e diversidade Cultural em Moçambique: homogeneidade global, diversidade local, promovida pelo Centro de Estudos Africanos da Universidade Eduardo Mondlane.

Velasquez, A. (2008), “Retos del periodismo en un entorno de avances tecnológicos”, In Revista Educación, Comunicación, tecnología, Vol. 3, nº 5, Medellin, pp. 1-14.

Vicente, P. (2010) “Jornalismo Público 2.0: o fim dos tempos ou a reinvenção do jornalismo?” In *Jornalismo & Jornalistas*, nº 24, Abril/Junho.

Vilches, L. (2003) “Tecnologia digital: perspectivas mundia”, In *Comunicação & Educação*, nº 26, S. Paulo, pp.43-61.

Villanueva, E. (1998), El secreto profesional del periodista, Ed. Fragua, Madrid.

Virilio, P. (1999), *El Ciber mundo, la política de lo peor*, Ed. Catedra, Madrid.

Vivar, J.& Arruti. A. (2001) *Ciberperiodismo*, Ediciones 2010, Madrid.

Vivar, J. & Herreros M. (2011), “ Redes sociales, folksonomía e inteligência colectiva en el desarrollo de la información periodística el la Internet” in *La investigación en el periodismo digital. Algunos trabajos desde al âmbito universitário*, Ed. Asociación de periodistas de Aragón, Zaragoza, pp. 159-168.

Vizeu, A. & Mesquita, G. (2011), O Cidadão Como Mediador Público: Um Novo Agente No Jornalismo, In *Estudos em Comunicação*, nº 9, pp.329-340.

Vizuite, J. (2005) Periodismo y credibilidad, in *Estudio sobre el mensaje periodísticos*, Vol. 11, pp. 9-22.

W

Webmastering (2013) *Concepção de um website*, [on line] <http://pt.kioskea.net/contents/762-webmastering-concepcao-de-um-website>, consultado no dia 08/05/2013.

Webguru (2010) *Design your imagination*, Ed. Brainware Consultancy Pvt, Lda, Kolkata, India, [on line] <http://www.webguru-india.com/images/free-webdesign-ebook.pdf>, consultado no dia 12/11/11.

Weiss, A. & Schwingel, C (2008) Uma delicada relação no jornalismo: um encontro de conteúdo e da produção nos sistemas de gerenciamento de conteúdos. Um estudo comparativo da sistemática de trabalho das redacções no Brasil e nos Estados Unidos, in *Brasilian Journalism Research*, Vol. 1 N° 1 pp.97-120.

Williams, V (2009) *Life beyond print, newspaper journalists digital appetite*, Ed Media Management.Center, Illinois.

Wilson, C. (2005), “Notícias de jornal impresso e notícias de jornal electrónico: um mesmo género ou géneros diferentes?” In *Revista Letra Magna*, nº3, pp 1-14.

Wilson, et al. (2011), *Media and information literacy: curriculum for teachers*, Ed. UNESCO, Paris [on line] <http://unesdoc.unesco.org/images/0019/001929/192971e.pdf>, consultado em 25/11/12.

Wilson, S. & Peterson, L (2002) *The anthropology of online communities*, [on line] http://uts.cc.utexas.edu/~swilson/research/wilson_peterson.pdf, consultado no dia 19/04/2013.

World Wide Web Consortium (s/d) “Facts about W3C” [on line] <http://www.w3.org/Consortium/>, consultado no dia 20/02/2012.

Wolf, M. (1999), *Teorias de Comunicação*, Ed. Presença, Lisboa.

Y

Yin, R. (2009) Case study research: design and methods [On line] http://moodle.fhs.cuni.cz/pluginfile.php/22496/mod_resource/content/0/YIN_K_ROBERT--1.pdf, Consultado no dia 12/07/2013.

Young, S (2010), The journalism “Crisis” Is Australia immune or just ahead of its time, In *Journalism Studies*, 2010, iFirst Article. Pp. 1-15.

Z

Zabel, C. (2007), “Strategies for newspapers companies in saturated media market: What Africa could learn from experiences of northern media”, in *Revenue generation for robust African media*, Ed. Konrad Adenauer Stiftung, pp. 12-18.

Zamith, F. (2008) *Ciberjornalismo*, as potencialidades da internet nos sites noticiosos portugueses, Edições Afrontamento, Porto.

Zamith F. (1999) *Dos jornais fax de Moçambique aos web-jornais*, [on line] www.bocc.ubi.pt, consultado no dia 25/09/10.

Zelizer, B.(2004) When facts, truth, and reality are God-terms: on journalism's uneasy place in cultural studies, [ON LINE] <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/1479142042000180953#.UaeXNkATH31>, consultado no dia 30/05/2013.

Zelizer, B. (2010) Media Accountability as a Portal on the Limits of Conceptualization, in Manuel Pinto & Helena Sousa, *Communication and citizenship , Rethinking crisis and change*, ed. Gracio Editor, Coimbra, pp.63-70.

II Conferencia Nacional sobre a Terceira Idade. Ministério da Mulher e da Ação Social. Maputo, 26 e 27 de Agosto de 2009.

Páginas web

Jornal Savana, www.savana.co.mz

Jornal Notícias, www.jornalnoticias.co.mz

Jornal O País, www.opais.co.mz

Jornal savana, www.savana.co.mz

Jornal @ Verdade, www.verdade.co.mz

Correio da Manhã, <http://www.cmjornal.xl.pt/>

Dicionário de significados: <http://www.significados.com.br/blog/>

Anexo 1

Rádios Comunitárias Membros da FORCOM

| Nº Ordem | Descrição da Rádio | Provincia/Distrito | Raio de cobertura | Pessoas afectas/Alvo de audiência | Linguas Faladas |
|----------|-----------------------|-----------------------|-------------------|-----------------------------------|-----------------------------------|
| 1. | Esperança | Niassa/ Chilinga | 300 Km | 142,253 Habitantes | Yao , Nyanja e portugueses |
| 2. | Cuamba | Niassa / Cuamba | 75 Km | 187,458 Habitantes | Yao , Nyanja e portugueses |
| 3. | Lago | Niassa / Metangola | 75 Km | 75,504 Habitantes | Yao , Nyanja e portugueses |
| 4. | Mandimba | Niassa/ Mandimba | | 136,238 Habitantes | Yao , Nyanja e portugueses |
| 5. | N'gauma | Niassa/ | | 65,436 Habitantes | Yao , Nyanja e portugueses |
| 6. | Rurumwana | Niassa/ Maua | 90 Km | 49,486 Habitantes | Yao , Nyanja e portugueses |
| 7. | Luvila | Niassa/ Muembe | | 29,083 Habitantes | Yao , Nyanja e portugueses |
| 8. | Mira-Lago | Niassa/ Mecanhe-las | 108 Km | 157,976 Habitantes | Yao , Nyanja e portugueses |
| 9. | Sem Fronteiras | Cabo Delgad/ Pemba | 80 Km | 141,316 Habitantes | Maconda e portugueses |
| 10. | S. Francisco de Assis | Cabo Delgado | 50 m | | Maconde e portugueses |
| 11. | Encontro | Nampula/ Nampula | 75 Km | 477,900 Habitantes | Macua e Portugues |
| 12. | Watana | Nampula/ Nacala porto | 100 Km | 207,894Habitantes | Macua e Portugues |
| 13. | On'hipite Iha de moz | Nampula/ Ilha de Moca | 50 km | 48,839 Habitantes | Macua e Portugues |
| 14. | Escola Femenina | Nampula | 50 m | | Macua e Portugues |
| 15. | Parapato | Nampula/ Angoche | 50 Km | 277,412 Habitantes | Macua e Portugues |
| 16. | Monapo | Nampula/ Monapo | 50 Km | 305,221 Habitantes | Macua e Portugues |
| 17. | Luluti | Nampula/ Mogovolas | 50 Km | 273,306 Habitantes | Macua e Portugues |
| 18. | Thumbine | Zambezia/ Milange | | 515,029 Habitantes | Chicheua , Marengue e portugueses |
| 19. | Nova Rádio Paz | Zambazia/ Quelimane | 100 Km | 192,876 Habitantes | Chuabo e portugueses |

| | | | | | |
|-----|-------------|---------------------|----------|--------------------|--|
| 20. | Funrancungo | Tete/ Planalto | 250 Km | 112,551 Habitantes | Chiute, Chimanhica, Nhungue e portugueses |
| 21. | N'sanangwe | Tete | 40 Km | 101,811 Habitantes | Chiute, Chimanhica, Nhungue e portugueses |
| | | | | | |
| 22. | Gesom | Manica/ Vila Manica | 75 Km | 238,976 Habitantes | Chiute, Chimanhica e portugueses |
| 23. | Macequece | Manica/ Macequece | | 213,206 Habitantes | Chimanhica e portugueses |
| 24. | Catandica | Manica/ Catandica | 50 Km | 137,582 Habitantes | Chiute, Chicunda , Chimanhica e portugueses |
| 25. | Dondo | Sofala/ Dondo | 75 Km | 142,387 Habitantes | Ndau, Sena e portugueses |
| 26. | Pax | Sofala/ Beira | 200 km | 436,240 Habitantes | Ndau, Sena e portugueses |
| 27. | Búzi | Sofala/ Buzi | 120 Km | 159,614 Habitantes | Ndau e portugueses |
| 29. | Nhamatanda | Sofala/Nhamatanda | | | |
| 30 | Chemba | Sofala/Chemba | | | |
| 31. | Gorongosa | Sofala/Gorongosa | | | |
| 32 | Homoíne | Inhambane/ Homoine | 60/70 Km | 107,475 Habitantes | Bitonga e portugueses |
| | Save | Inhambane/ Govuro | 60/70 Km | 34,809Habitantes | Xitsua, Botonga e portugueses |
| 33 | Kusinga | Inhambane/ Masinga | 60 Km | 184,531Habitantes | Changana e portugueses |
| | | | | | |
| 34 | Vembe | Gaza/ Chokwe | 60 Km | 187,422 Habitantes | Changana e portugueses |
| 35 | Xinavane | Maputo/ Xinavane | 30/50 Km | | Changana e portugueses |

Fonte: Radios Comunitarias e Instituto Nacional de Estatística – Censo 2007.

Anexo 2






Tabela de actualização dos conteúdos (

| Jornal | Total Notícias 1ª página | Actualizada | Não actualizadas | Periodo de actualização |
|----------|--------------------------|-------------|------------------|-------------------------|
| Noticias | 44 | 44 | 0 | Diária |
| @verdade | 10 | 0 | 0 | Diária |

Anexo nº3: Tabela comparativa do custo da Internet entre companhias fornecedoras de serviço

Anexo nº 4: Taxa de analfabetismo por província

Comparação de pacotes (individuais, pré-pagos) de internet “banda larga/móvel” (com/sem fios)

| Pacote | Kbps U/D | Traáfego | Preço MT/mês | Serviços | Extra ++) | Preço MT | Equipamento | Preço MT |
|---|--------------------|----------------------|----------------------|-------------------------|----------------|------------|------------------------|--------------|
|  Banda larga 128 | | 6 GB | 750 | | 1 GB | 150 | Modem ADSL | 800-1600 |
|  Kwiknet 128 | 128 down 64 up | 2 GB down 1 GB up | 850 (com antena) | “happy hour” 22h-07h | 1 GB | 500 | Instalação de modem | 1340 |
|  Kwiknet 256 | 256 down 128 up | 5 GB down 3 GB up | 1370 (com antena) | “happy hour” 22h-07h | 1 GB | 500 | Instalação de modem | 1340 |
|  Netcabo 256 | 256 down 64 up | 5 GB | 800 | “happy hour” 00h-07h | 100 MB 2 GB | 70 1000 | Modem instalação | 1800 2000 |
|  Netcabo 512 | 512 down 128 up | 9 GB | 1350 | “happy hour” 00h-07h | 100 MB 2 GB | 70 1000 | Modem instalação | 1800 2000 |
|  Pacote TV | | ZAP mini | 500 | | | | Descodificador | 2500 |
|  Clique pré-pago | | 500 MB | | Pacote inicial | | | Modem USB | 1699 |
|  Clique pré-pago | | 1 GB | 899 | | 100 MB | 349 | | |
|  Clique pré-pago | | 3 GB | 1250 | | 100 MB | 349 | | |
|  Clique pós-pago | | 1 GB | 899 | Contrato (24m) | 100 MB | 47 | | |
|  Netmóvel turbo | | 1 GB | 1000 | | 100 MB | 100 | | |
|  Netmóvel turbo | | 3 GB | 1350 | | 100 MB | 100 | | |

+) Dados obtidos pelas páginas web no dia 6 de Fevereiro de 2012; ++) Pacotes de dados extras em 100 MB ou GB para facilitar sua comparação.

TAXA DE ANALFABETISMO POR PROVÍNCIA

| Nº de ordem | Província | Taxa de Analfabetismo |
|-------------------|------------------|-----------------------|
| 1 | Cabo Delgado | 66,6% |
| 2 | Niassa | 61% |
| 3 | Nampula | 62,3% |
| 4 | Zambézia | 62,5% |
| 5 | Tete | 56,2% |
| 6 | Sofala | 43,4% |
| 7 | Manica | 43% |
| 8 | Inhambane | 41,3% |
| 9 | Gaza | 38 |
| 10 | Maputo Província | 22% |
| 11 | Maputo Cidade | 9,8% |
| Moçambique | | 50,4% |

Fonte: INE, 2007

Glossário

African Barometer- Exercício de avaliação feito por Africanos sobre a situação dos media nos seus respectivos países.

Análise de conteúdo- técnica para a descrição sistemática, quantitativa e objectiva de textos mediáticos, útil para certas finalidades de classificação da produção, procura de efeitos e de comparações entre os media ao longo do tempo ou entre conteúdos e a realidade. A análise de conteúdo não é muito adequada para descobrir significados subjacentes, embora possa oferecer indicadores da qualidade dos media, (rdios, 2003:498)

Analógico- tipo de codificação de dados que estabelece uma relação proporcional e contínua entre a informação e a sua representação

Audiência- Conjunto de todos os que são de facto atingidos por um dado conteúdo dos media ou pelos canais dos media. A audiência pode também existir como alvo imaginado ou como grupo desejado de receptores. Pode coincidir com um grupo social concreto ou público. As audiências podem ser definidas de acordo com os media e conteúdos relevantes, em termo da sua composição social, localização ou momento do dia. As audiências mediáticas não são entidades fixas e podem só ser conhecidas *a posteriori* como abstracções estatísticas, índices de audiência, com uma conhecida probabilidade de recorrência. Esta é tipicamente a visão “do lado dos media”, mas existe outra perspectiva igualmente válida da audiência como entidade colectiva e sociocultural. (McQuail, 2003:498)

Blog- é um site cuja estrutura permite actualização rápida e cronológica mediante os post

Ciberespaço - designa-se habitualmente ao conjunto das redes de computadores interligadas e de toda a actividade aí existente.

Content Management System- sistema de publicação de conteúdos que permite o acesso aos arquivos simples e estruturado que possibilitam muitas associações, revisões e publicação.

Comercialização de conteúdos- processo pelo qual as estruturas e conteúdos mediáticos reflectem os objectivos de angariação de receitas pelas indústrias dos media e são governadas tendo em conta o mercado. A principal referência é usualmente a das consequências culturais e estes têm sempre uma conotação negativa. Acredita-se que os conteúdos dos media comerciais é em vários graus “não autênticos” estandardizado e estereotipado, dado ao sensacionalismo e à personalização. Promove valores materialistas e de consumo. Pensa-se também que é pouco criativo e credível. Os media comerciais são suspeitos de não serem totalmente independentes dos seus proprietários e anunciantes. Nalguns contextos, o processo é também referido como americanização, devido às importações de conteúdos americanos, em regras ligado a produções e valores americanos padronizados, (McQuail, 2003:499.)

Convergência- Processo de unir ou de aproximar. Aplica-se, em regra, à convergência de tecnologias dos media como resultado da digitalização e tratamento por computador. As características físicas e distintivas dos media deixam de fazer sentido, pelo menos para fim de produção, processamento e transmissão. O actual aumento de convergência tem sido usado como argumento para a desregulação dos media, uma vez que a maior parte dos regimes reguladores se ligam a tecnologia específica (isto é, impressão, audiovisual, cabo, projecção, etc.). Apesar do potencial para convergência, a diversificação parece no “final” da recepção num único aparelho, (McQuail 2003:499.)

Correio electrónico- mensagens trocadas entre dois computadores, ligados por modens a uma rede de telecomunicações. Pode tratar-se de uma carta ou de um ficheiro informático.

Digital- que foi codificado sob a forma de séries de bits, quer dizer, de 0 a 1. É a digitalização de dados – a sua tradução para linguagem informática- que autoriza a sua mistura e o tratamento.

Ética dos media Digitais- princípios de boa conduta para os profissionais dos media tendo em conta o papel público dos media numa sociedade, bem como os direitos individuais. A conduta relevante relaciona-se em especial como as maneiras como a informação é obtida e com decisões acerca do que e como publicar pensando sobretudo nas

consequências para os envolvidos. Em áreas de conteúdo não informativo existem também numerosas éticas, embora estejam menos codificadas ou presentes nos processos de decisão. A reivindicação do jornalismo como profissão depende em certo grau do desenvolvimento e aceitação voluntária de determinados padrões éticos, (McQuail, 2003:503.).

Feed- são alimentadores ou fontes

Fibra ótica- fibra constituída de silício ou de matéria plástica, utilizada para construção de redes de comunicação moderna, menos pesada, mas mais cara que o cabo coaxial. A fibra óptica permite o transporte de grande número de informações multimédia à velocidade de luz.

Fotolog- é um serviço de publicação de fotografias na Internet

Globalização- processo geral onde a localização da produção, transmissão e recepção de conteúdos dos media deixa de ser geograficamente fixa, em parte como resultado da tecnologia, mas também pela estrutura e organização internacional dos meios de comunicação. Muitas consequências culturais são previsíveis, especialmente a deslocalização de conteúdo e a substituição das culturas locais. Podem ser olhadas como positivas, quando as culturas locais são enriquecidas por novos impulsos e ocorre uma combinação criativa. Mas frequentemente são vistas como negativas, pelas ameaças à identidade cultural autonomia e integridade. Os novos media são bastante considerados como aceleradores do processo de globalização, (McQuail, 2003:499).

Hipertexto- função de software que, num texto, associa a algumas ou grupo de palavras complementares de informação que se situam para lá do texto. Em cada instante, o utilizador pode obter complementos de informação clicando simplesmente sobre estas palavras referências.

HTML - Hypertext Markup Language. É uma linguagem de descrição de páginas de informações

Imperialismo cultural- Expressão geral para a tendência dos exportadores globais da indústria mediática (especialmente nos estados Unidos) dominarem o consumo dos media noutros países, mais pequenos e mais pobres e, ao fazê-lo, impõe os seus próprios

valores culturais e outros nas audiências, por toda a parte. Não se exporta unicamente o conteúdo, também se exporta a tecnologia, os valores de produção, as ideologias profissionais e a propriedade, há uma analogia com o imperialismo histórico, onde os meios eram o poder económico e militar. Explícita ou implicitamente assume-se que o imperialismo cultural leva à dependência, perda de autonomia e ao declínio nas culturas nacionais ou locais. Existe uma variedade quanto ao grau deliberado do processo e quanto à dimensão em que é involuntário na recepção. O conceito é bastante seco, mas tem forte ressonância, (McQuail, 2003: 504).

Inculturação- É um tema teológico e pastoral que resulta do contacto da evangelização católica com outros povos do mundo. Na obra de evangelização, os povos indígenas nem sempre tiveram as suas culturas respeitadas. Ao longo dos séculos, missionários militares e mercadores foram aliados de exploração, colonização e imposição cultural e religiosa. De acordo com Wikipédia, a inculturação é um método de introduzir a cultura ou aspectos culturais à sua, ou seja, são valores culturais que recebemos em função de um grupo dominante. A expressão está ligada à globalização.

Infografia- conjunto de técnicas ligadas à fabricação, ao tratamento e à exploração de imagens digitais em computador.

Interactividade- capacidade para comunicação recíproca, bidireccional e atribuível a um meio ou relação de comunicação. A interactividade permite ajustamento mútuo, co-orientação, um controlo mais fino e maior eficiência na maioria das relações e processos comunicacionais. A característica que melhor define os «novos media» é o seu grau de interactividade, cada vez mais possível graças à *digitalização*, (McQuail, 2003: 505).

Liberdade de imprensa- princípio fundamental dos direitos humanos, individuais e políticos que garantem perante a lei o direito a todos os cidadãos a publicarem, sem censura prévia nem permissão da autoridade sem recearem vingança. Tem que ser exercida nos limites da lei e respeitar os direitos dos outros. Na prática, a liberdade de imprensa é muitas vezes limitada por barreiras económicas de acesso aos meios de publicação. Este direito é habitualmente olhado como fundamental para a democracia política. Relaciona-se mas é diferente da liberdade de expressão, opinião ou crença e também da liberdade de informação e da primeira emenda, (McQuail, 2003: 505).

Língua nacional- É a língua falada num determinado território e que resulta de herança étnico-cultural. De acordo com a Enciclopédia das Línguas do Brasil, ela “caracteriza-se como uma virtude de uma relação de unidade imaginária da língua que é atribuída à nação” e apresenta diferenças entre diversidade interna designadas de dialeto.

LINK - é uma espécie de apontador para outra fonte de informação

Machup- é um *website* ou uma aplicação *Web* que usa conteúdos de mais de uma fonte para criar um novo serviço completo

Multimédia- técnica de comunicação que tende a juntar num único suporte um conjunto de media digitalizados- texto, gráfico, foto, vídeo, som, dados informáticos. Para os difundir simultaneamente e de maneira interactiva

Offline - Fora da linha. Significa que nenhuma ligação por linha telefónica ou outra está no momento activo.

Online - Por oposição a off-line, online significa "estar em linha", estar ligado em determinado momento a rede ou a um outro computador

Pauta - É uma ordem de serviço transmitida pelos chefes de reportagem. A pauta normalmente indica a pessoa que deve ser entrevistada, local, horário e até mesmo o tamanho da reportagem que deve ser produzida. A pauta também deve indicar os temas principais que devem ser abordados no texto. Nos jornais, a pauta é feita através de reuniões de pauta, onde editor, redactor-chefe e repórter sugerem pautas para que matérias sejam produzidas

Podcasting- é a publicação de arquivo de áudio na Internet

Push- Recepção personalizada de conteúdos de forma semelhante ao funcionamento dos meios de comunicação tradicional

Rede- Qualquer conjunto de pontos em conexão, que podem ser pessoas, lugares, organizações, máquinas, etc. na comunicação, o interesse foca-se no fluxo de informação através das «linhas» de uma rede, com a particular referência à sua capacidade de transmissão e interactividade, bem como a quem ou que é que está ligado de modo mais ou menos forte e exclusivo, (McQuail, 2003: 508).

RSS- *Rich Site Summary ou Really Simple Syndication*, é uma tecnologia usada para agregar conteúdos Web

Servidor- Computador que executa um ou mais programas em simultâneo com o fim de distribuir a informação aos computadores que se conectam a ele para o referido fim. Em inglês denomina-se “Server”.

Tablet- É um dispositivo pessoal em formato de prancheta que pode ser usado para o acesso à Internet, organização pessoal, visualização de fotos, vídeos, leitura de jornais, livros, revistas. Apresenta uma tela *touchscreen*

Telecomunicações- É toda a emissão ou recepção de signos, sinais, escritos, imagens, sons ou informações de qualquer natureza, por fio, radieletricidade, meios óticos ou outros sistemas eletromagnéticos.

Vodcasting- é um método de distribuição de vídeo pela Internet ou por meio de uma rede de computadores que utiliza as ferramentas desenvolvidas para os podcasts

Webcasting- é a transmissão ao vivo utilizando a Internet por meio da tecnologia streaming para distribuir o sinal de áudio e vídeo em fluxo contínuo de informação

Widgets- são pequenos aplicativos que fornecem funcionalidades específicas ao usuário como previsão do tempo, cotação da moeda, relógios, etc.

Wiki- é um software colaborativo que permite a edição e publicação colectiva de documentos digitais